

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

ESCUELA DE PERIODISMO

**ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO QUE GENERA LA
PLATAFORMA WEB FACEBOOK EN LOS MEDIOS
COMUNITARIOS *HEREDIA HOY* Y *EL FLORENSE* DE
HEREDIA**

MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE BACHILLERATO EN PERIODISMO

JEIMMY MARÍA SOLÍS ÑURINDA

TUTOR: LIC. ÁLVARO VILLALOBOS SERRANO

**SEDE ARANJUEZ
AGOSTO, 2018**

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a Dios, quien me ha guiado a través de todo el proceso universitario en estos 4 años y me ha brindado la paciencia y sabiduría para redactar cada una de las palabras que se encuentran en este documento. A mis padres, quienes me han apoyado en todas las decisiones que me han llevado hasta donde me encuentro hoy.

A mi madre, por cuidar a Abigail todas las horas que he invertido en el trabajo de investigación y a mi padre porque siempre ha velado por mis sueños y anhelos. Juntos, han sido ejemplos de perseverancia, amor y esfuerzo. En especial, a ella, Abigail, mi hija, quien con sus besos y abrazos me motiva día a día a continuar adelante cuando me siento agotada. Mi amor: esto es para ti, con todo mi esfuerzo y dedicación para servirte de ejemplo en tus andares.

También se lo dedico a mis hermanos, ya que sin ellos y mis padres no podría estar hoy aquí, juntos como familia se merecen todo el reconocimiento que Dios y la vida les pueda dar. Gracias por su apoyo. Finalmente, a todos mis compañeros de universidad que me ayudaron a cumplir con cada requisito, a quienes les deseo sabiduría y paciencia en lo que les resta de estudios.

A todos ustedes, les agradezco de corazón.

Contenido

Tribunal examinador	2
Código de ética.....	3
Dedicatoria	3
Revisión filológica	8
Resumen Ejecutivo.....	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
Planteamiento del Problema.....	15
Objetivo General	16
Objetivos específicos.....	16
Justificación.....	16
Antecedentes	18
Tesis e investigaciones internacionales	20
Tesis nacionales.....	23
Proyecciones.....	25
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	27
Periodismo Público	27
Periodismo Alternativo.....	28
Periodismo Comunitario.....	30
Periodismo en web	33
Redes sociales.....	35
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	40
Enfoque	40
Diseño.....	41
Método	42
Muestra.....	42
Variables – Unidad de Análisis	43
Instrumentos	44
Análisis de contenido	44
Grupo focal.....	45
Entrevista de profundidad	45
Referente Institucional	46

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	49
Unidad de análisis I: Diferencias en publicaciones versión digital vs. Versión impresa	49
Unidad de Análisis II: Conocimiento de los estudiantes	65
Unidad de Análisis III: Tendencias comunicativas.	71
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
Referencias	83
Apéndices	87

Tablas

Tabla 1. Otros elementos de Facebook.....	36
Tabla 2. Unidades de Análisis.....	42
Tabla 3. Participantes del Grupo Focal A.....	64
Tabla 4. Participantes del Grupo Focal B.....	67
Tabla 5. Datos de los Entrevistados.....	71

Figuras

Figura 1. Pantallazo de herramientas de Facebook.....	35
Figura 2. Noticia web 1.....	52
Figura 3. Noticia web 2.....	53
Figura 4. Noticia web 3.....	54
Figura 5. Noticia web 4.....	55
Figura 6. Noticia web 5.....	56

Resumen Ejecutivo

La presente investigación da a conocer los obstáculos que han encontrado los medios de comunicación comunitarios *Heredia Hoy* y *El Florense* en su transición del medio impreso al digital. Se analizaron las estrategias de comunicación que poseen ambos en sus diferentes plataformas y se contrastó con la opinión de los expertos entrevistados; quienes se desarrollan en este ambiente de redes sociales y sitios web.

Además, se determinó el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes de la carrera de periodismo de la Universidad Internacional de las Américas, quienes demostraron un nivel de conocimiento medio en el uso de redes sociales para impulsar un medio de comunicación. Se describió la manera en que ellos aprendieron de estos temas, ya que la mayoría fueron gracias al campo laboral y no estudiantil.

Gracias al enfoque cualitativo que se utilizó se pudo determinar que dichos medios de comunicación aún tienen que aprender más acerca del uso de plataformas digitales y como agilizar el tránsito por sus sitios web. Por lo que, con la ayuda de los entrevistados, se recomienda una mayor capacitación en temas de redes sociales para crear contenido original, sintético y atractivo.

Lo que esta investigación pretende es lograr crear conciencia en los futuros periodistas y los retos que la digitalización conlleva. Aprender a identificar audiencias y crear contenido creativo que marque la diferencia entre sus competidores.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Al pasar los años las personas cambian; tienen nuevas costumbres, nueva ropa, nuevos amigos, nuevos gustos. Igual pasa cuando deben leer una noticia; quieren algo nuevo, algo fresco, información reciente y concreta. Por eso, cuando se trata de informarse, el medio más reciente que se utiliza son los sitios web, páginas de Internet que permiten ver noticias al momento que suceden.

Hoy ya no se debe esperar por conocer lo que está sucediendo en la política, cultura, economía, ciencia y todos los demás elementos de la sociedad en general; ya que, se pueden poner como palabra clave en un buscador y se desglosan noticias de todo tipo; por lo que, en esta investigación se denotará el cambio que experimentan los medios de comunicación tradicionales, en papel, a lo que es el mundo del Internet, una plataforma que ha revolucionado todo lo que es la comunicación de masas.

Y esta transición se situará, específicamente, en los medios de comunicación comunitarios, los cuales muchas veces no están conformados por periodistas sino por personas de la comunidad que desean crear contenido de utilidad para sus vecinos. Pasando así a sitios web o plataformas digitales como la aplicación Facebook en donde se puede compartir sus noticias gratuitamente y llegando directamente al público que se desea.

Lo anterior, en beneficio de los informados, porque ahora ellos pueden reclamar en seguida cuando una información no es acertada, poco objetiva e incluso denota cuando tiene algún fin político. ¿Cómo? Gracias a la inmediatez y a la interacción que brinda el Internet al conectar a millones de personas alrededor del mundo y Costa Rica no es la excepción.

Ese cambio del papel a la web lo sufren ambos medios de comunicación que se estudiarán; *Heredia Hoy* y *El Florense*, son medios comunitarios que cumplen con lo anterior. Desean darse a conocer con más personas utilizando esta aplicación digital apta para celulares inteligentes y computadoras. Por ello se ha planteado un problema de estudio con interrogantes a las cuales se concluirá en los próximos capítulos de la investigación.

Planteamiento del problema

Desde los inicios del periodismo, se puede apreciar cómo la forma de comunicar ha cambiado. Antes, se empezaban a transmitir informaciones de boca en boca; luego, con instrumentos más novedosos como el telegrama, la radio, la televisión y los periódicos. Hoy eso ha cambiado: la forma de comunicar es inmediata gracias a las conexiones de Internet.

Un mundo digital ha traído nuevas formas de comunicación de masas. Por eso, durante esta investigación se analizará el periodismo que se lleva a cabo en sitios web y aplicaciones, específicamente, en la red social Facebook ya que la esencia del periodista no debe cambiar a pesar de que su medio sí lo haga; así, como tampoco deben cambiar las bases del periodismo, la buena redacción y la profundidad.

Con las nuevas tecnologías, se presenta una nueva dimensión de transmitir hechos, contextos y opiniones de lo que sucede cada día. Es ahí donde se encuentra el problema de esta investigación porque con los sitios web y la red social Facebook los periodistas han tenido que cambiar las estrategias de comunicación con las que logran llegar a más personas. A pesar de la variedad de herramientas multimedia aún existen medios de comunicación que no saben tener el mismo impacto en la población tras la digitalización.

Aquí es donde se da la labor de buscar diversos caminos para cubrir los contenidos que desean los lectores sin dejar de lado las bases del periodismo; las características de un buen periodista; la agilidad de escribir para causar simpatía con el lector y transmitir imparcialidad, independencia y transparencia informativa. Porque al hacerlo bien no va a importar el medio sino el lenguaje y los recursos que se utilicen (Darío, 2005, párr. 14).

Es ahí donde existe, en algunos, la falta de conocimiento y creatividad para explorar nuevas formas de comunicar en la web. Una plataforma que permite utilizar diversas herramientas como infografías, videos, hipertextos, etc., comúnmente solo destaca imágenes y audios, y ello es muestra de las deficiencias que poseen los dos medios en estudio, *Heredia Hoy* y *El Florense*.

Ambos medios son comunitarios y están ubicados en la provincia de Heredia y sobre ellos se realizará el siguiente análisis para atender a preguntas como: ¿Los sitios web y Facebook realmente benefician a los medios de comunicación? ¿Aumentó el alcance de sus publicaciones

tras la digitalización? ¿De qué forma pretenden atraer más seguidores al medio? ¿Qué herramientas multimedia utilizan para comunicar? ¿El uso que le dan a Facebook realmente es el correcto para un medio de comunicación?

Lo anterior mediante la utilización de diversos instrumentos de análisis, con el fin de determinar qué tanto conocen los periodistas acerca de la cobertura de noticias en redes sociales, con el fin de concluir y responder a los objetivos de la investigación que se presentan a continuación:

Objetivo general

Analizar la transición del medio impreso al digital y el uso de la red social Facebook en los medios comunitarios *El Florense* y *Heredia Hoy* durante los meses de abril y mayo.

Objetivos específicos

1. Determinar las diferencias en la publicación de los medios comunitarios *El Florense* y *Heredia Hoy* entre sus perfiles en Facebook y la versión impresa.
2. Medir el conocimiento de los estudiantes de periodismo en cuanto a la publicación en diferentes plataformas.
3. Identificar las tendencias comunicativas para la publicación en Facebook y versiones impresas.

Justificación

En la actualidad, se ve cómo los medios digitales han cambiado la manera en la que se comunica. Ya no es necesario esperar a la siguiente edición del periódico para conocer los hechos noticiosos que acontecieron durante el día. En ello repercute un punto esencial en la nueva era del periodismo: la inmediatez. Es así como las plataformas digitales entran en dilema con las antiguas costumbres periodísticas, ya que lo que antes tomaba tiempo para realizar una buena producción, hoy es tiempo que vale seguidores y alcance.

Por eso se pretende determinar si los medios comunitarios saben cómo manejar una relación conveniente entre Facebook y las publicaciones que realizan; asimismo, la manera en que se transforman para seguir informando desde la comunidad y para ella, ya que la finalidad de esta investigación es servir como instrumento de orientación para crear contenido efectivo en sitios web y Facebook; sin dejar las bases del buen periodismo.

De esta forma se puede beneficiar a los periodistas que laboran en el medio y a los que se encuentran en formación para que puedan desarrollar estrategias de comunicación adecuadas al uso de páginas web y de redes sociales en el presente. De esta manera, atender los problemas que poseen los medios comunitarios *Heredia Hoy* y *El Florense* en sus páginas de Facebook, si se debe a la inconsistencia en las publicaciones o si es la manera en que comunican la que no les ayuda.

Dentro de las recomendaciones que se encuentran en diversos sitios web, en Facebook se deben realizar de 3 a 5 publicaciones diarias, porque la visibilidad de estas es baja después de 2 horas, por eso se recomienda publicar varias veces durante el día (Regalado, 2015, párr.4). De esta forma, cada medio será visto como una empresa que vende un producto (la información) para sobrevivir en medio de la digitalización, y esto solo se logra si se adaptan las reglas de comunicación en redes sociales con los fundamentos básicos del periodismo.

Por ello, en este trabajo se analizará lo que comprende un medio comunitario y la plataforma web Facebook, para identificar cómo se puede trabajar en conjunto para mejorar las herramientas de comunicación y, por ende, demostrar que en esta era digital el periodismo, en especial el comunitario, debe enfrentarse a cambios importantes para producir un impacto positivo en el alcance de sus publicaciones.

De igual forma, reconocer y explicar las herramientas que poseen los periodistas y el uso adecuado de estas al generar producciones multimedia, para lograr convertirse en una fuente primordial cuando se trate de situaciones regionales, a partir del contexto de la digitalización y sus antecedentes.

Antecedentes

Hace 49 años la historia en comunicación era distinta: no existía Internet, no se podía enviar correos electrónicos hacia el otro lado del mundo en cuestión de segundos, no se contaba siquiera con la inmediatez, el punto más polémico en las noticias de hoy. Fue en 1969 que empezaron a surgir ideas para la creación de este avance tecnológico.

La Advanced Research Projects Agency Network, mejor conocido por su acrónimo ARPANET fue el primer avance de lo que hoy se puede conocer como Internet. El sistema de información fue creado para establecer contacto entre la Universidad de California y la Universidad de Stanford en Estados Unidos. Aproximadamente en el año 1962, J.C.R. Licklider creó “este concepto de una red de ordenadores capaz de comunicar usuarios entre sí, algo que ahora es sencillamente obvio” (Campillo, 2014, párr. 4).

Hoy esta red de ordenadores puede llamarse World Wide Web (www), la cual nació en 1990, época en la que todo el mundo cibernético se impulsó y llevó a cabo espacios en la web que ayudan a todos sus usuarios en diferentes ámbitos y ha ido creciendo cada vez más. En 1996 se contaba con alrededor de 50 páginas web y según Gonzáles (2016) cada día se crean cerca de 60 000 nuevas web (párr. 2).

Lo expuesto dio paso a redes como MysPace, Youtube, Facebook, Twitter, Google, Yahoo, etc., que permiten la interacción de las personas en línea, en tiempo real. Sin embargo, la comercialización de estas tiene sus pros y contras, por lo que hoy cualquier persona puede crear un sitio web en donde compartir desde experiencias hasta noticias de interés mundial; también, añadir contenido complementario como imágenes, videos, opiniones de otros, que agregan valores periodísticos como la veracidad, proximidad y transparencia.

De esta forma, se puede apreciar que Internet permite una conexión mundial, creando un espacio donde no es sencillo verificar la información que se transmite, por lo que el periodismo digital es una labor que debe ser más explorada. Al respecto, Clarenc (2011) afirma lo siguiente:

Esto es porque la web está disponible como una plataforma más englobada dentro de los *mass media*. Para “publicar” una página web, no es necesario acudir a un

editor ni otra institución, ni siquiera poseer conocimientos técnicos más allá de los necesarios para usar un editor de texto estándar (p. 624).

Hoy, gracias a estos avances tecnológicos, el periodismo tiene que renovarse y reinventar la forma en que se transmiten las noticias, situación en la que los medios de comunicación comunitarios pueden resurgir y crear un público alrededor de sus noticias y publicaciones relacionadas con la comunidad; sin embargo, no todo es positivo: la calidad de la información puede variar y cada persona que recibe el mensaje también debe desarrollar estrategias para identificar y desechar aquellos datos que no poseen veracidad o aquellas transmisiones poco reales.

En los últimos años el fuerte crecimiento de Internet ha provocado un gran auge de medios de comunicación digitales, más el protagonismo que tienen las redes sociales, combinados son un gran elemento mediático. El poder le da instantaneidad que brindan las redes sociales, le restan valor a las noticias de actualidad que se pierden en minutos, por lo que se debe estar consciente del balance que debe existir para no saturar de contenido y sobreinformación.

Según Pérez (2016):

El surgimiento del periodismo digital además de traer un aluvión de críticas y consideraciones, al mismo tiempo que miedos e incertidumbres han generado que la figura del periodista se reinvente y se vuelva a consolidar en la sociedad ya que en los últimos tiempos se había perdido y difuminado en cierto modo su labor y misión (párr. 3).

No se debe olvidar al periodista profesional que está siempre atento de las necesidades que sufre la sociedad; que lucha por describir los hechos tal cual son, permitiendo que los lectores sean quienes juzguen. Solo esas bases del buen periodista pueden crear en los nuevos periodistas el soporte de un periodismo digital de calidad, igual al que siempre ha sido.

Debido a esto, a continuación se presentan las siguientes investigaciones a nivel internacional y nacional que poseen una relación directa con esta tesina y lo anteriormente expuesto.

Tesis e investigaciones internacionales

En el ámbito internacional, se pueden contemplar investigaciones relacionadas al manejo de redes sociales, al uso que le dan los jóvenes y adultos, especialmente, a Facebook; la necesidad de un *community manager* dentro de las redacciones periodísticas, etc. Dentro de estas destaca la realizada por Martínez (2013), una tesis de la Universidad Complutense de Madrid para optar por el grado de doctorado en Ciencias de la Información.

Se basa en el análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles, los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Esta tiene como uno de sus objetivos principales:

Conocer cuál es el uso y manejo de las redes sociales desde el punto de vista de 50 periodistas que tienen un cargo de dirección en un medio de comunicación digital español, completado con las reflexiones y observaciones de 22 periodistas especializados en el área de Internet, de los nuevos medios y de las redes sociales (p. 48).

Lo anteriormente descrito posee un gran significado para la presente investigación porque una de las interrogantes es conocer el uso y manejo de las redes sociales desde la percepción de los periodistas de ambos medios de comunicación en cuestión. Es importante reconocer que en la nueva era digital, no todos los periodistas conocen o crean estrategias de comunicación especiales para transmitir información a través de redes sociales y en ese caso, también es sus sitios web.

Posteriormente, Martínez (2013) concluyó que entre opiniones de periodistas y profesores de universidad, efectivamente el mundo mediático se encuentra en una transición hacia las redes sociales como una nueva herramienta de trabajo, donde los medios sociales adquieren relevancia en una sociedad conectada a Internet. Este cambio afecta, significativamente, a la prensa, donde las grandes empresas de comunicación han tenido que reducir plantillas mientras que muchos nuevos medios crecen en este ecosistema digital (p. 406).

Se debe destacar que el contexto que viven en España los medios de comunicación masiva posee similitudes con el ámbito laboral periodístico que se desenvuelve en Costa Rica. Hoy se ve cómo distintos periódicos, televisoras y radioemisoras han reducido sus plantillas debido a los

problemas de alcance y bajo consumo que se percibe desde estos medios de comunicación; esto debido al crecimiento de los medios digitales.

Muchos han decidido migrar a la web en busca de una nueva forma de generar contenido fresco para sus lectores, siguiendo los gustos que cambian constantemente. La población hoy se encuentra detrás de un *smartphone* o computadoras, recibiendo un bombardeo de información de diversas partes del mundo que explican los hechos nacionales e internacionales del día a día.

Otro referente es el artículo extraído de la tesis doctoral presentada por Herrero (2013) de la Universidad Carlos III de Madrid quien, en su investigación llamada “Periodistas y redes sociales en España”, tuvo como objetivo conocer el uso que los periodistas españoles hacen de las redes sociales en su trabajo diario (p. 165). Según la autora, en España los periodistas contemplan el uso de estrategias para redes sociales; sin embargo, no depositan en ellas toda su confianza (Herrero, 2013, p. 166).

Poco a poco, esa confianza va aumentando debido a la necesidad de adaptarse a las herramientas digitales basadas en el uso de redes sociales. Por ello, Herrero (2013) concluyó lo siguiente:

Los principales usos que los periodistas españoles dicen hacer de las redes sociales en su trabajo son: difundir información de su propio medio, conocer la opinión de los usuarios, detectar nuevos temas, buscar información y contactar con fuentes. Otros usos que los periodistas han señalado son atraer audiencia y contrastar informaciones (p. 169)

Por consiguiente, en la presente investigación, se pretende determinar si los estudiantes de periodismo tienen conocimiento de lo anterior y a su vez, si poseen las herramientas necesarias para desarrollar una búsqueda de información efectiva que permita crear contenido en la web para su público meta.

Otra investigación de apoyo es la realizada por García (2013) para optar por el grado doctoral de la Universidad de Sevilla, titulada “Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social”, cuyo objetivo principal fue el siguiente:

Averiguar qué papel está adoptando el periodismo ante la evolución tecnológica y el nacimiento de las redes sociales en Internet que ha conllevado nuevas fórmulas de comunicación social y ante una nueva sociedad receptora compuesta por ciudadanos interconectados con nuevos hábitos y costumbres pero también con nuevas demandas y exigencias (p. 34).

En ella la autora concluye lo siguiente:

Internet está integrado en el quehacer diario del periodista y ha revolucionado las rutinas en la construcción y producción de la noticia, superando los límites de espacio, tiempo y costo. Desde la llegada de Internet y, ahora, las redes sociales, se han visto alteradas las formas de trabajar de los periodistas y reporteros. Los periodistas cada vez otorgan más tiempo y mayor importancia a las Redes Sociales en Internet como parte esencial para la buena ejecución de su trabajo (p. 116).

Parte de esa buena ejecución que menciona García (2013) se debe a la adopción de las prácticas tradicionales del periodismo a un ambiente de inmediatez, donde las publicaciones duran poco en el espacio de discusión, pero en una lucha constante de no sobreinformar. Todo el contenido que se puede subir a los sitios web y redes sociales debe tener un sentido, no ser publicado solo por rellenar un espacio o un límite de publicaciones.

Bajo esta misma línea de investigación se encuentra la tesis para optar por el grado de licenciatura, elaborada por Ramírez (2015) en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, titulada “Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (el periódico y Prensa libre)”. Dentro de esta investigación el autor plantea en sus objetivos específicos establecer cuáles son los usos (difusión, interacción y fuente de información) que los medios de comunicación hacen de las redes sociales Facebook y Twitter (Ramírez, 2015, p. 50).

Por ello, Ramírez (2015) concluye lo siguiente:

Las herramientas o plataformas web no son utilizadas como se deberían en el ámbito periodístico, y los medios de comunicación las utilizan para llegar a los usuarios por medio de un número exagerado de publicaciones, que en su mayoría, no son de carácter informativo. El uso que los medios le dan a las plataformas

virtuales es muy pobre comparado al potencial que estas poseen, siendo mayormente aprovechable la plataforma de Twitter y la interacción que generan con los usuarios (p. 77).

Contrariamente a la conclusión que expone el autor, en los medios de comunicación de la presente investigación suceden ambas cosas: escasez de publicaciones en *El Florense* y un número exagerado de publicaciones en *Heredia Hoy*. En ambos casos, conforme lo que dice Ramírez (2015), el uso que le dan los medios a las plataformas digitales no es lo suficiente como para explotar el nivel de interacción que presentan las redes sociales y la cantidad de información que se puede extraer de las mismas.

Tesis nacionales

De este tema, también se han realizado varias investigaciones a nivel nacional. Entre ellas destacan la elaborada por Valverde (2011), para optar a la licenciatura de la carrera de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas titulada: “Facebook como herramienta de comunicación en el programa deportivo zona técnica, de canal 7 (6 al 20 de marzo del 2011)”.

Cuyo objetivo principal fue analizar la eficacia de la plataforma digital Facebook como medio de comunicación del programa en cuestión y se buscó la efectividad de la comunicación con sus televidentes a través de Facebook.

En ella, Valverde (2011) concluyó lo siguiente:

El programa Zona Técnica utiliza de forma incorrecta el Facebook, ya que no lo usa como herramienta de comunicación con su público, particularmente porque no se responden los comentarios que sus seguidores hacen en el muro de esta red social, ni tampoco los aprovechan para fortalecer la producción del programa (p. 122).

En esta misma línea se encuentra la tesis: “Manejo Idóneo de Perfiles de Facebook, casos: La República y El Financiero”, elaborada por Ramírez (2013) para la carrera de bachillerato Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas, la cual habla acerca del uso de técnicas de periodismo aplicadas en un ambiente informal como lo es Facebook.

Como objetivo general tenía el definir el procedimiento idóneo para alcanzar el éxito en la comunicación a través de Facebook, casos del periódico El Financiero y La República (Ramírez, 2013, p, 13). Con lo anterior, una de las conclusiones de Ramírez (2013) fue la siguiente:

El medio de comunicación debe adaptarse al uso de nuevos canales de comunicación, en muchas ocasiones es necesario vincular las distintas formas que tiene el periodismo 2.0 con el periodismo tradicional para poder ofrecer informaciones de calidad y bajo las normas que este tiene (p. 83).

De igual forma, concluyó que se deben conocer cuáles son las estrategias para obtener un mejor alcance con el público; las políticas de cada publicación y los procedimientos para realizarlas, así como el monitoreo diario del alcance que han logrado. Esto con el fin de explotar adecuadamente los recursos que presenta la aplicación, para lograr buenos resultados.

Otra investigación relacionada es la titulada: “Uso de redes sociales en “Pelando el Ojo”, ¿necesidad o innovación?”, por Solano (2014), tesis realizada para la carrera de bachillerato en Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas, la cual deseaba “determinar si el uso de las redes sociales en el programa radiofónico Pelando el Ojo es una necesidad o simplemente imagen” (Solano, 2014, p. 29). Por ello, se liga más directamente con el tema a exponer en esta investigación.

En ella se denota que el uso de la red social Facebook es importante para el programa de radio, ya que aumenta la interacción con el radioescucha; sin embargo, el investigador concluye que el programa utiliza la plataforma más por imagen que por necesidad. De esta forma, se puede resaltar que los medios con una audiencia establecida no exploran todas las herramientas que Facebook tiene para ofrecerles y ayudarles a seguir atrayendo seguidores.

Sin embargo, los errores que suceden en Facebook también pueden ocurrir en páginas web de medios de comunicación masivos, por eso la otra investigación relacionada es la tesis para optar por el grado de bachillerato en Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas, “Análisis de la versión digital del periódico La República como herramienta periodística durante el II cuatrimestre del 2017”, realizada por Flores (2017).

En ella se propone desmenuzar la manera en que los comunicadores de dicho medio aplican y aprovechan las características del periodismo digital en su labor diaria (Flores. 2017. p, 13). En la

cual, el autor concluye que el periódico debe de realizar publicaciones más especializadas de acuerdo con la información que desea transmitir. De esta forma, que se cree una estrategia digital para que el contenido web sea distinto al impreso.

Lo mismo puede suceder con los medios comunitarios ya que la era de la digitalización provocó que los medios tradicionales tengan ciertos cambios al momento de transmitir la información que acontece diariamente en la sociedad; sin embargo, no se esfuerzan por crear contenidos especializados para las diferentes plataformas en las que se encuentran, así como lo denota Flores (2017) en sus conclusiones.

Por otra parte, estas nuevas plataformas digitales han permitido que se produzca una interacción uno a uno con la opinión pública y que, casi de forma inmediata, se dé una realimentación del contenido que se genera, pero no todos los medios de comunicación saben cómo aprovecharla. Así, es muy fácil tener pérdidas en la cantidad de usuarios que puedan seguir viendo sus contenidos y opinando acerca de ellos, una fuente importante para el medio y averiguar qué tipo de noticias y de qué forma le gusta al público que se las compartan.

Proyecciones

Con esta investigación se pretende conocer cómo están haciendo el trabajo los periodistas que han sufrido la transición del medio impreso al digital, para describir el correcto uso de las redes sociales que puedan llevarlos generar contenido que tenga alcance en la sociedad. Así poder aumentar la calidad de las informaciones que se publican y la variedad de contenido, para que sea diferente al que se pueda encontrar en su edición impresa; al fomentar la creatividad y explotar el uso de las herramientas que brinda la plataforma Facebook.

De igual forma, ser causantes de un análisis sobre el manejo de redes y sus implicaciones en los medios comunitarios *El Florense* y *Heredia Hoy*, para ejercer la labor periodística con los fundamentos básicos sin dejar de ser innovadores en el universo digital. La investigación, también cuenta con la limitante de ser medios comunitarios que no explotan la información que la comunidad puede darles, esto se denota al ver el tipo de publicaciones que realizan.

Asimismo, se pretende determinar si la cantidad de personas que están en la elaboración del periódico y las que generan el contenido en el sitio web influyen en la calidad de contenido que se pueda generar desde un periódico comunitario. La falta de conocimiento profesional de labor

periodística y el escaso interés por capacitarse, pueden ser otras limitantes que se encuentren a lo largo de la investigación.

Por lo anteriormente descrito, se desea conocer a fondo las estrategias de comunicación de otros expertos en el tema, para aconsejar correctamente a los futuros periodistas acerca del manejo de redes sociales y sus mejores herramientas para explotar todo recurso que genere beneficios a los medios de comunicación. Asimismo, se pretende aumentar el conocimiento que han desarrollado los actuales estudiantes de esta carrera.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Al ser una investigación de carácter cualitativo, se centrará en un marco referencial por lo que se deben especificar temas que se puedan aplicar a los objetivos específicos de la misma. Así, como las tendencias culturales y sociales que han generado un cambio en el periodismo tradicional para explicar el problema en estudio. De lo anterior se puede destacar que cada subtema se va a desarrollar como unidades de análisis independientes, esto para generar una mayor comprensión de los apartados que afectan directamente al problema de estudio.

Además, se mostrarán los tipos de periodismo que, posiblemente, sean los que realizan *Heredia Hoy* y *El Florense* en sus periódicos impresos, para poder comprender cuál es la labor que pretenden ellos llevar a cabo en sus perfiles de Facebook.

Periodismo público

A través del tiempo las funciones del periodismo se han ido degradando, poco a poco se ha perdido el deseo de informar para crear un beneficio y un impacto en las personas, de modo que estas puedan generar un cambio positivo o una reacción ante lo que ocurre diariamente. En el periodismo público, hoy, la mayoría de las informaciones no son de carácter ni de interés público, al contrario, estas atienden a un llamado político, económico o simplemente a los gustos del dueño del medio de comunicación.

Sin embargo, aún existen medios de comunicación pequeños, regionales o comunitarios, que son públicos, que pretenden crear noticias diarias, semanales, quincenales o mensuales, que informen al ciudadano común, al ciudadano “de calle”.

Miralles (2009) lo define así:

El Periodismo Público se articula en torno al concepto de opinión pública a partir de tres pilares básicos para la cultura democrática: el debate público, la deliberación y la participación del ciudadano del común en los debates sobre el interés público. El Periodismo Público se inscribe pues en una de las dos lógicas centrales identificadas en la literatura especializada: la opinión pública como debate público. La otra lógica es la de la opinión pública como control social (p. 43).

Dentro de las labores del periodista, que emplea su oficio en favor de los ciudadanos, están el generar opinión pública, comentarios entorno a las situaciones que atraviesa el país y cómo estos hechos lo afectan directamente a él y su comunidad. Porque compartir historias, no es solo hablar por hablar, sino darle un sentido a lo que se cuenta. Comunicar, es crear razón, lógica en las historias que suceden y que no parecieran tener trascendencia pero que dentro de cada comunidad si la tienen porque repercute en la vida de los demás.

Respecto a lo anterior, Martini (2000) lo describe de la siguiente manera:

Un hecho se vuelve noticia por el efecto y su función social, entendiendo por efecto las huellas que dejan las noticias, en comentarios, conversaciones y debate y en la producción de otros hechos, y como función social, por el valor de la información sobre la vida de los individuos. Por eso, el hecho que repercute más es más noticia, lo mismo que el hecho que repercute en más hechos también lo es (p. 12).

Lo anterior debido a que las necesidades de información que tienen los ciudadanos deben tomarse en cuenta al crear una agenda informativa. Es importante devolverse y preguntar qué es lo que las personas desean y necesitan saber, no solo mostrar lo que el dueño de un medio necesita transmitir para quedar bien con las empresas que pautan o empresarios que lo apoyan económicamente.

Periodismo alternativo

Junto con el tema anterior y paralelo al periodismo público encontramos el periodismo alternativo que comunica desde un ámbito más amplio y metodológico el comportamiento de grupos sociales y su relación con las normas y reglas estatales. Este tipo de periodismo critica la rigidez que tiene el periodismo tradicional y lo combate.

Según Atton (2010) citado por Meléndez (2016):

Las prácticas de periodismo alternativo permiten otras formas de re-imaginar el periodismo y no solo adoptar prácticas mediáticas con propósitos de auto-educación y empoderamiento de la comunidad; consisten en reconocer la relación entre las prácticas mediáticas dominantes y profesionalizadas y las marginales y

amateur. De manera rigurosa se propone establecer las características y desafíos, los asuntos éticos, los méritos y límites de esta área, al tiempo que analiza los asuntos metodológicos en los cuales el periodismo alternativo y ciudadano tiende a abordar desde el enfoque cualitativo las experiencias de los productores de medios (p. 212).

El periodismo alternativo responde a la censura de los gobiernos, a las injusticias que viven los ciudadanos. Por eso se debe retomar esas ideas con las que nació la profesión y ser la voz del débil. De esta forma, revolucionar las bases del periodismo tradicional y crear periodistas que desean exponer toda aquello que no sea propio de una democracia. Por lo que muchos aseguran que el periodista alternativo surge en la calle, buscando la verdad y la justicia social.

Díaz (2016) afirma al respecto:

En este término también se encuentra que el periodismo alternativo está asociado a una amplia diversidad de medios de información que se posicionan como opción respecto al periodismo tradicional. En este sentido, los medios de información alternativos generalmente se distinguen por adoptar modelos de organización y financiación no convencionales y ofrecer contenidos independientes respecto a los medios tradicionales. Es decir, al hablar de periodismo alternativo de alguna manera hay que remitir a los distintos elementos que hacen que un medio sea independiente, tanto en el aspecto económico como a nivel editorial (p. 9).

Y eso es lo que buscan muchos de los periodistas nuevos, o personas que simplemente desean exponer información mediante un canal en Youtube, un blog personal o un sitio web. Hechos que les otorgan independencia, incluye la creatividad y el desarrollo de un contenido amplio en denuncias que los ciudadanos quieren hacer pero quizá no saben cómo.

Sin embargo, esta labor presenta desventajas en cuanto a la veracidad del contenido de una publicación que se haga viral en redes sociales, muchos se limitan a reproducir estas noticias como si fueran un hecho noticioso real. Además, las convierten en noticias de alcance masivo, sin despejar la idea de que sean creadas con técnicas como el *astroturfing*, algo que Borrego (2015) define como:

"Ciudadanía falseada que trabaja en la creación de contenidos orquestados para dañar la imagen del oponente", organizada normalmente desde un departamento de *social media*, y cuya práctica esencial es la reproducción viral de elementos de política negativa, es decir, el arte de contrarrestar cualquier noticia aparecida en redes con otra noticia que anula, por su espectacularidad, el efecto positivo de la primera (p. 1188).

Se debe ser consiente de que no todo lo que se ve en Internet es verídico. La especulación de hechos a partir de una noticia es común en las redes sociales, pero para eso las cualidades del periodista deben estar relacionadas y preparadas para reconocer hechos que no sean reales e iniciar una labor de verificación para desmentir las noticias falsas. Como este, existen otros problemas a los que las nuevas generaciones deben enfrentarse detrás de un ordenador.

Por otra parte, estas nuevas tecnologías poseen ventajas que agilizan las labores periodísticas como buscadores en línea que permiten recabar información en la mitad del tiempo que se hacía antes. Hoy a través de un correo electrónico, una videollamada, o elementos multimedia se puede crear contenido con múltiples fuentes de todas partes del país y del mundo, permitiendo contrarrestar los hechos con otras noticias que se puedan recopilar de diversos medios digitales.

Periodismo comunitario

El periodismo ha sido una herramienta de comunicación que se ha utilizado a través del tiempo, incluso cuando no se conocía la profesión como tal. De lo anterior, Fernández (2001) citado por Ureña (2014) define el periodismo como “el proceso interpretativo a través del cual los individuos en sus relaciones, grupos u organizaciones y sociedades responden y crean mensajes que les permiten adaptarse a su entorno y a las personas que los rodean” (p. 3).

De esta forma, se puede afirmar que siempre ha existido una labor periodística gracias a las personas que comparten, explican y relatan situaciones del día a día que pueden interesarle a otras personas, especialmente, dentro de una misma comunidad. Es ahí donde el periodismo comunitario tiene su labor; ser un informante activo de lo que vive su comunidad, un denunciante de hechos, la voz del pueblo, el exponente de desacuerdo e irregularidades que se presentan en cada comunidad con el fin de generar un cambio.

Contrario a los medios de comunicación masiva, que informar un poco de todo. En ellos se pueden encontrar noticias nacionales e internacionales que varían en profundidad, pero, generalmente, no encontramos denuncias civiles que tienen como protagonistas actores comunales de una pequeña ciudad. Como ejemplo de ello, a nivel nacional se encuentran medios como La Nación, La República y Semanario Universidad, por resaltar tres de los más grandes.

Dentro de estos medios se pueden encontrar noticias de todo tipo. Todos responden a las principales interrogantes que se enseñan en las escuelas de periodismo, las necesarias para comprender una noticia, pero no siempre lo suficiente para entender ampliamente lo que se esté desarrollando. Muchos medios de comunicación en televisión y radio se centran en señalar superficialmente cómo suceden los hechos y responder a las 5W del periodismo tradicional.

Al respecto, Arceo (2012) asegura que las noticias y los titulares encierran cinco preguntas, cinco componentes de la comunicación que, combinados con otros, ayudan a explicar y a profundizar en las noticias. No existe un fenómeno informativo sin las siguientes 5W:

- Qué (what): Pregunta inicial. ¿Qué ocurre?
- Cuándo (when): Pregunta factual. ¿Cuándo ocurrió?
- Dónde (where): Pregunta factual. ¿Dónde ocurrió?
- Quién (who): Pregunta factual. ¿Quién lo hizo?
- Porqué (why): Pregunta explicativa. ¿Por qué ocurre? (p. 339).

Debido a esto, surge el periodismo comunitario, los periodistas comunales que le dan relevancia a los hechos de sus comunidades y los comparten para que todos estén atentos de lo que sucede en ese lugar. Al respecto, Ureña (2014) argumenta, que si bien los entes de comunicación cumplen un rol fundamental en la sociedad, los intereses a los cuales responden no necesariamente satisfacen las necesidades de información de toda la ciudadanía porque, sobre todo los medios de circulación nacional, no abordan los temas de índole comunal, aquellos más cercanos al individuo (p. 4).

Por lo tanto, el periodismo comunitario atiende a lo popular, a lo que las personas de la región, pueblo o comunidad, desean conocer y es así como Abatedaga (2008) define que “lo popular está vinculado con las necesidades de esos grupos, definidas por ellos mismos y en un proceso de

reflexión crítica sobre lo vigente” (p. 62). Otra de las funciones del periodismo comunitario es cubrir noticias que, algunas veces, son mal representadas por los medios de comunicación masiva e incluso compartir noticias que son ignoradas.

Por otra parte, las informaciones pueden ser recabadas por personas comunes, cualquiera que quiera y tenga la disposición de crear contenido de interés para su comunidad. No siempre son personas profesionales en el oficio; sin embargo, eso no los detiene de ser comunicadores que utilizan las herramientas que brindan los sitios web, pero, este es un término polémico.

Según Said (2010):

Para algunos periodistas no existe nada que se pueda llamar “periodismo ciudadano”, ya que el periodismo es una disciplina profesional que no se puede democratizar para la ciudadanía: la información no es democracia, sino poder; para otros, sin embargo, supone una realidad el asalto de los ciudadanos al mundo de la información, y además es algo eficaz (p. 158).

Sin embargo, un medio comunitario es la versión pequeña de un medio de comunicación en general, solo que este aspira a basarse en algo más, en las necesidades de pequeños grupos, en denuncias o curiosidades de un lugar en específico; sin perder las bases del buen periodismo. Contrariamente a lo expuesto por el autor anterior, Ureña (2014) añade lo siguiente:

El periodismo comunitario se concibe como el ejercicio periodístico que se realiza en el seno del ámbito de lo local; referido este término, no solamente al ámbito geográfico, sino al conjunto de aspectos comunes que comparten un grupo de ciudadanos; por tanto, la agenda mediática es ocupada con los hechos regionales, desplazando en importancia a los temas nacionales; lo anterior significa, que este tipo de comunicación es cercana al individuo y se realiza para suplir sus necesidades de información más inmediatas (p. 3).

El autor ayuda a comprender que el periodismo comunitario atiende las inquietudes que presentan grupos específicos, comunidades, universidades, regiones, pueblos, sectores del país que no se contemplan en la amplitud que poseen los medios de comunicación masiva. Por otra parte, la producción, recolección de datos y la escogencia de temas siguen bajo la línea del

periodismo tradicional. No cambian las reglas del juego. Es un procedimiento estándar con fines diferentes; ser un instrumento de expresión para la comunidad.

Anudado a lo anterior, el periodismo comunitario debe cumplir con los fundamentos de la comunicación. El compartir hechos verídicos que fortalezcan a las sociedades empodera a los ciudadanos con conocimientos a partir del acceso a la información. Debido a esto, existen diferentes medios para transmitir la información, una de las más populares, los periódicos.

De lo anterior Domínguez (2012), afirma lo siguiente:

El periódico es un medio de comunicación que tiene como objetivo informar acerca de los acontecimientos de relevancia y trascendencia, con noticias del ámbito local, nacional e internacional; además, orienta y determina ideas, actitudes y comportamientos individuales, grupales, y de clase social (p.24).

Los periódicos tienen diversas secciones cuya función es satisfacer los diversos gustos de los lectores. Entre las principales secciones se encuentran los deportes, nacionales, internacionales, economía y opinión, esto con el fin de informar de diversos aspectos al público. Sin embargo, a pesar de tener acceso a la información de forma impresa, la digitalización ha causado que este tipo de mediono sea la única fuente de información para el ciudadano.

Gracias a las nuevas formas de comunicación, hoy se pueden encontrar noticas en cuestión de segundos, con la ventaja de que en la web se puede buscar un tema en específico sin la necesidad de consumir otro tipo de información antes. Por ello, se podría decir que el periódico es un medio en peligro, y que cada vez se devalúa más debido a la información gratis que hay en la web, por lo que muchos medios están migrando a la web.

Es importante resaltar las cualidades del periódico, ya que ambos medios de comunicación de la esta investigación están presentes en formato impreso, donde iniciaron a compartir noticias de ámbito local de la provincia de Heredia, pero se han dado cuenta que las personas hoy consumen más información de en formato digital.

Periodismo en web

El periodismo que se aprecia hoy en los sitios web y redes sociales no ha sido de esta forma desde que se creó, ha sufrido cambios significantes que permiten el uso que se les da hoy. Cada

uno de los siguientes tipos de periodismo ha evolucionado tomando lo mejor de cada uno y corrigiendo cada error. La primera incursión en web fue el **periodismo 1.0**, un término que atiende al periodismo en la web. Da inicio con la copia exacta de su versión impresa en el sitio web del medio de comunicación; sin embargo, su receptor sigue pasivo como en el periódico.

De esta forma, la información no se procesaba para agilizar su lectura en las computadoras, ni se le añadían más elementos para comprender la noticia. Además, sus lectores no podían comunicar lo que piensan de las publicaciones, ya que el único medio para responder una publicación era el correo electrónico, donde solo la persona a la que le llegaba tenía conocimiento de la queja. La relación con los lectores era unidireccional, algo que fue cambiando poco a poco.

Al avanzar la tecnología también lo hacen las herramientas de comunicación, es por eso que el periodismo 1.0 avanzó con la inserción de una mayor interacción y participación de los usuarios, dando inicio al **periodismo 2.0**. Por lo que Yilin (2014), afirma lo siguiente:

La Web 2.0 es una plataforma dinámica y colaborativa que valora y aprovecha la inteligencia colectiva donde el usuario no sólo es un visitante, sino que también es un generador de contenidos: posee el derecho y la libertad de editar y comentar, al mismo tiempo que cuenta con acceso a diferentes formas de participar en el proceso de la comunicación (p. 12).

En la cita anterior, el autor asegura que las páginas web añadieron videos, imágenes y audios que propiciaron una mejor cobertura de los hechos al comunicarlas, y crearon un ambiente de interacciones entre el autor y el usuario e incluso, aparecieron comunidades de comunicación alrededor de un tema con personas de diferentes partes del mundo. Aun con estos cambios, el periodismo siguió avanzando y revolucionó más lo que se conocía antes.

Después de años avanzando tecnológicamente, el **periodismo 3.0** apareció para darle poder a nuevas formas de comunicación inmediata. Se inició con el cambio de las rutinas de producción de noticias para poder comunicar inmediatamente un hecho, una transición del papel a la web y lo que asume esta plataforma en cercanía con el usuario; utilizar diversos medios de comunicación para transmitir solo en palabras sino, también, en vídeos y transmisiones en vivo.

Además, producto de la instantaneidad de la información, se han realizado cambios en el modo de informar, de ofrecer la publicidad, en el mercado en general (ventas e intercambios de

bienes y servicios por Internet) y en las diversas formas de comunicación intersocial, como chats, correos, etc. (Casini, 2008, p.110). Esto, junto con las redes sociales y aplicaciones que brindan una mayor cercanía entre el periodista y su público, crean un ambiente en el que se desenvuelven ambos participantes e interactúan inmediatamente vía comentarios, reacciones u opiniones.

Redes sociales

Esta revolución del Periodismo 3.0 se desencadena en las redes sociales, de las cuales podemos mencionar Instagram, Twitter, SnapChat, WhatsApp y Facebook, las más populares. Cada una de ellas tienen diferencias en las cuales radica su utilización; por ejemplo: en Twitter la capacidad de texto no es la misma que en Facebook, al igual que el tiempo que dura una publicación.

Sin embargo, el punto en común que poseen es que “desde su aparición las redes sociales buscan unir comunidades con pensamiento común, espacios que permiten compartir ideas, alternativas, conocimiento y soluciones” (Echavarría, 2010, párr. 2). Como se mencionaba anteriormente, Facebook es una de las plataformas de redes sociales que existen hoy. La principal idea de esta red social era compartir con amigos y familiares alrededor del mundo, pero ha crecido a un alcance mayor.

Hoy Facebook permite hacer más cosas que mensajear, compartir fotos y vídeos o hacer comentarios en los perfiles. Esta plataforma ayuda a las personas que desean formar un negocio a través de una página comercial; en ellas se puede promocionar productos, así como lo hacen los medios de comunicación con las noticias. De igual forma, da opciones para incrementar el tráfico por sus páginas, tales como las de la siguiente imagen:

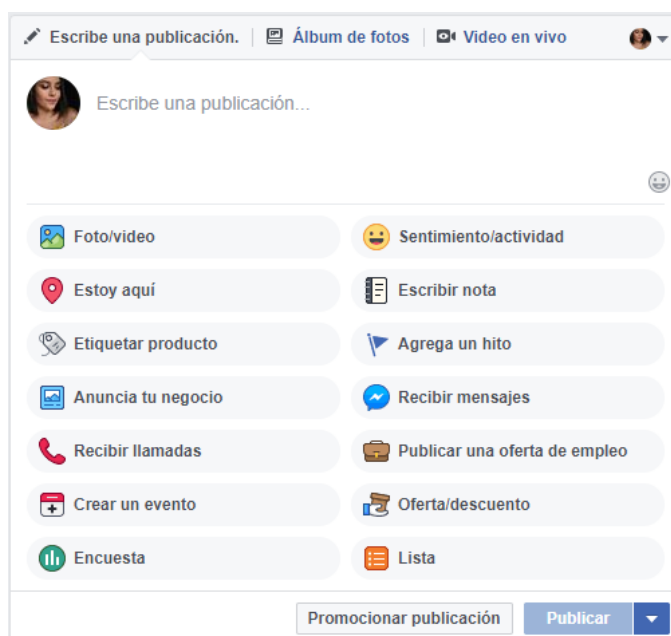


Figura 1. Pantallazo de herramientas de Facebook

Nota: Elaboración propia.

Dentro de la imagen anterior se pueden observar las diferentes opciones que ofrece la plataforma para que los usuarios, que deseen tener un perfil comercial, puedan darse a conocer con sus seguidores. Dichos seguidores son las personas que le dan “me gusta” a la página (en este caso *El Florense* o *Heredia Hoy*), con el fin de continuar viendo sus publicaciones. A pesar de esto, no todos los seguidores se convierten en audiencia, quienes son los que realmente están interesados en el contenido del perfil.

Por lo tanto, los administradores se ven en necesidad de crear estrategias de comunicación en redes para atraer a más personas fieles en sus perfiles y convertirlos en audiencia y/o comunidad; de esta forma, se valen de añadir a sus publicaciones las herramientas que se muestran en la imagen anterior. Además, Facebook da la opción de añadir a cada una de las publicaciones la siguiente información:

Tabla 1. Otros elemento de Facebook

Etiquetas	Se crean cuando se coloca el nombre de otra página o usuario y aparece en color azul.
Hashtags	Con los <i>hashtags</i> , los temas y las frases que menciones en las publicaciones de tu biografía personal o de tu página se convierten en enlaces en los que se puede hacer clic. Esto permite que las personas encuentren publicaciones sobre temas que les interesan. Para crear un <i>hashtag</i> , escribe # (el numeral) y, a continuación, un tema o una frase, y agrégalo a tu publicación.
Emoticones / Emojis	Es una ilustración pequeña que refleja emociones humanas; algunos de ellos son formas que pueden sustituir palabras, por ejemplo: ⚡, ✈, 🍌, etc.
Reacciones	Una reacción es una respuesta a una publicación o a un anuncio de Facebook en que las personas eligen uno de varios emoticones para expresar el sentimiento que les produce el contenido de la publicación o el anuncio (Me gusta, Me encanta, Me divierte, Me asombra, Me entristece, Me enoja). 

Nota: Elaboración propia a partir de información extraída del servicio de información de Facebook el 1 de julio del 2018.

Esta investigación se centra en la red social, Facebook, ya que es la plataforma a la que han migrado los medios de comunicación en cuestión, porque también permite la interactividad entre los usuarios y el comunicador. Además, le permite al director del medio conocer el alcance de cada una de sus publicaciones para poder crear los cambios necesarios en la forma de transmitir las noticias.

Respecto a esta comunicación donde ambos actores, emisor y receptor, interactúan continuamente, González y Ramos (2014) afirman lo siguiente:

La interactividad se ha convertido en una noción clave en el ciberperiodismo al incentivar una mayor actividad del usuario en el proceso noticioso desde tres puntos de vista: el de la producción, el de la distribución y, especialmente, el de la participación en forma de comentarios, opiniones y propuestas diversas (p. 38).

A pesar de permitir interacción inmediata con el receptor, se continúan dando cuestionamientos en la veracidad de los hechos. Como bien se sabe, una ley fundamental del periodista es la publicación de noticias reales que puedan ser verificadas por otros, pero en redes sociales ese punto es más difícil de realizar. Además, la enorme cantidad de “medios de

comunicación” falsos que se crean con fines negativos; por ejemplo: desprestigiar campañas políticas, figuras públicas, etc., casos que ya se han detectado en el país.

De lo anterior, Gutiérrez (2015), opina lo siguiente:

Esa sobrecarga de medios informativos ha elevado una lucha de egos que no se refleja en la calidad de las publicaciones. Muchas veces se da una puja por publicar primero y ya se han presentado casos de pifias informativas provocadas por el afán de la primicia (párr. 8).

Debido a este afán de publicar primero, se olvidan de los pilares del periodismo y al competir por ser los primeros en hablar del tema no les dan resultados muy beneficiosos, por eso Ríos (2017) aconseja a los periodistas a no olvidar el verificar sus fuentes y la información que se va a difundir. Ese ejercicio se debe convertir en una urgencia debido a la cantidad de datos manipulados que llegan a las salas de redacción. Además, este mismo autor continúa de la siguiente forma:

El uso de herramientas de verificación de información en Internet y redes sociales ha estado durante muchos años restringido a los periodistas de investigación y de datos. Su enseñanza debería hoy generalizarse a todos los profesionales del periodismo: desde el redactor de base al reportero, el fotógrafo o el responsable de documentación (párr. 17).

De esta forma se podría evitar confusión en la audiencia y así crear un público fiel que ayude al medio a surgir, darse a conocer y crecer en medio de tanta falsedad. Por eso los medios de comunicación deben apegarse a la buena labor periodística y no correr por ser el primero, sino por generar un análisis en el lector que lo aliente a continuar viendo sus publicaciones. Es por eso que Puchades (2012) afirma lo siguiente en su video “Medios de comunicación y redes sociales: ¿enemigos o aliados?”:

La actualidad ya no es algo que preocupe a nadie; preocupaba antes cuando no tenías acceso a la información, pero ahora tienes acceso a la información constante. La actualidad no te interesa. La actualidad como concepto de venta de distribución de información, solo es un pequeño componente dentro de lo que conforma la relevancia de una información.

Para publicar un análisis, la cantidad de información no necesariamente debe ir en un post de Facebook, para eso existen páginas web, *blogs*, muchas otras formas de poder ligar esa información al perfil y así llegar a ellos con más profundidad. El perfil de Facebook no debe saturarse de información, debe ser utilizado como estrategia de comunicación para atraer al lector a una información más procesada y con mayor calidad.

De acuerdo con lo anterior, Gonzalo Sobral (2015), licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Uruguay, menciona en el vídeo de Youtube llamado: “Redes sociales más allá de la comunicación”, las siguientes estrategias de comunicación en Facebook para establecer conexión con el usuario:

- El contenido original es el más apreciado
- Hacer preguntas, porque establece una ida y vuelta, pero tener cuidado en no perder la conversación.
- Escribir en corto, Internet tiene la facilidad de enlazar en largo y con otro despliegue en las redes sociales.
- Subir fotos y vídeos, que son los contenidos que más se comparten.
- Probar distintas horas para ver en qué momento funciona mejor. Fundamentalmente para buscar la conexión con el usuario.
- Mantener vivas las conversaciones.

De este modo, las redes sociales pueden ser un gran aliado para los medios de comunicación comunitaria y funcionar como trampolín hacia el éxito. El uso adecuado de estas estrategias de comunicación puede convertirse en un aliado para darse a conocer como un medio real y veraz en medio de tantas publicaciones falsas.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se detalla cómo se llevará a cabo la investigación. Es decir, que enfoque, diseño, métodos e instrumentos se utilizarán para conseguir los resultados planteados en los objetivos específicos. Según Barrantes (2002) las investigaciones tienen un paradigma del cual se determina el enfoque que se utilizará (p. 56); por este motivo, en esta tesis el paradigma radica en la forma correcta de utilizar las redes sociales para la publicación de noticias creadas por medios comunitarios.

Enfoque

De acuerdo con este problema, se debe establecer el enfoque con el que se analizarán los hechos para esta investigación. Continuando con Barrantes (2002) “el enfoque es una forma de “ver” o plantear la resolución de un problema, pero dentro de unos grandes lineamientos o compromisos conceptuales (paradigma), o sea, el enfoque determina generalmente cómo actuamos respecto de algo”(p. 57). Por lo tanto, debe seleccionarse uno de los tres enfoques que existen en la investigación.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), las investigaciones pueden ser de dos tipos: cualitativo y cuantitativo, que “ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento” (p. 4). Sin embargo, también existe el enfoque mixto, que consiste en utilizar ambos enfoques para lograr el fin de la investigación, esto al combinar las fuerzas de ambos durante el proceso implica la recolección y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos (p. 534).

Después de analizar los objetivos y el planteamiento del problema de la presente investigación, se determina que el enfoque que cumple con las características de la investigación es el cualitativo. Esto porque, cada uno de los objetivos se puede medir sustancialmente a través de instrumentos cualitativos, los cuales se exponen más adelante en el capítulo. Por tal motivo, el enfoque que mejor se adecuaba a la investigación es el cualitativo.

Hernández et al. (2014) también explican que “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358), debido a que el objetivo número dos

hace referencia a medir el conocimiento de los estudiantes de periodismo en cuanto a la publicación de noticias en diferentes plataformas.

De esta forma, se estudiará el comportamiento que presentan los participantes (estudiantes de periodismo) ante las publicaciones realizadas por los medios en estudio, convirtiéndose este en uno de los fenómenos a estudiar. Esto debido a que los autores dicen que este enfoque permite “aprender de experiencias y puntos de vista de los individuos, valorar procesos y generar teorías fundamentadas en las perspectivas de los participantes” (Hernández et al. 2012, p. 361).

Así, se genera un conocimiento a través de las experiencias que revelen los estudiantes al responder diversas interrogantes acerca del manejo de redes sociales y sus estrategias. También, se puede relacionar con el objetivo número tres al definir si las tendencias de comunicación tienen relación con lo que se enseña dentro de las aulas a los futuros periodistas.

Diseño

Según Hernández et al. (2014) “el diseño se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación” (p. 470). Es el plan que guía al investigador para responder a las interrogantes planteadas al inicio; de esta forma, se delimita la investigación con las herramientas necesarias para su elaboración. Para determinar lo anterior, se debe elegir el alcance que mejor convenga a la presente tesis, los cuales según Dankhe (1089) citado por Cortés e Iglesias (2004) son los siguientes:

- Exploratorio
- Descriptivo
- Correlacional
- Explicativo (p. 20).

Una vez estudiados los cuatro alcances se determinó que el descriptivo es el mejor para los objetivos de la investigación; por ejemplo, atiende al objetivo número uno, determinar las diferencias de publicación en las diversas plataformas en que se desenvuelven los medios de comunicación en estudio. De esta forma, el alcance descriptivo ayuda a especificar las características de cada uno de los perfiles que poseen los medios de comunicación *Heredia Hoy* y *El Florense* en las diversas presentaciones que posee (página web, Facebook, periódico).

Lo expuesto porque en este alcance se “describen situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Cortés e Iglesias, 2004, p. 20). Por lo tanto, se liga directamente con el fin de la investigación, porque los objetivos y el planteamiento del problema tratan de describir características, rasgos y medir sobre el conocimiento de los estudiantes acerca de la redacción que tienen las diversas presentaciones del medio.

Método

Al igual que el diseño, el método ayuda a guiar y dar un camino al investigador para no salirse de lo que, realmente, es importante y preciso demostrar a lo largo del estudio. En este caso, Morán y Alvarado (2010) mencionan diversos métodos dentro de los que resalta el que más conviene a la presente tesis, el método analítico. Este se desarrolla mediante un “proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio mediante la separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (Morán y Alvarado, 2010, p. 12).

Por separación se va a entender el hecho de desarticular las características que posean ambos medios de comunicación, *Heredia Hoy* y *El Florense*, en su presentación escrita, su sitio web y su página de Facebook. Cada una de ellas, en teoría, debería de tener diversas cualidades que llamen la atención del lector; detalles que atraigan a los diferentes públicos que poseen cada uno de los formatos en los que se publica.

Muestra

Para que una investigación posea mayor credibilidad se presenta una cantidad de personas sobre la cual se realiza un análisis. Así, constituyendo una base de datos creíbles para la misma y al ser una muestra cualitativa esta puede ser ajustada durante el proceso del estudio. Según Hernández et al. (2014), la muestra es un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán que recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (p. 384).

Durante esta investigación, la muestra será detallada por el investigador según los libros de investigación pertinentes y sus recomendaciones para desarrollar adecuadamente los instrumentos

de recolección de datos. Las primeras acciones para elegir la muestra provienen del contexto seleccionado, en el cual se espera encontrar los casos de interés. En las investigaciones cualitativas lo primordial es saber dónde se pueden encontrar esos casos que interesan (Hernández et al., 2014, p. 384).

Debido a esto, se selecciona como muestra a los formatos de los medios de comunicación en estudio: *Heredia Hoy* y *El Florense* de la provincia de Heredia. Se utilizarán, tanto en sus páginas de Facebook como la edición impresa del mes de mayo, siendo ambos formatos la muestra para realizar el análisis de contenido en la primera etapa y así seleccionar los casos que serán expuestos a los participantes del grupo focal.

Además, se obtendrá la opinión de cinco expertos en el tema, periodistas que manejen las tres plataformas que se analizarán con suficiente experiencia para transmitir datos esenciales a la investigación. Así como dos grupos de personas, con siete integrantes cada uno, como muestra para determinar el grado de conocimiento que poseen los estudiantes de periodismo, ya que se realizarán con periodistas en formación de la Universidad Internacional de las Américas.

Variables – Unidad de análisis

A continuación, se detallarán las variables de estudio que se derivan de cada uno de los objetivos planteados al inicio de la investigación. En la siguiente tabla se presentan las unidades de análisis del estudio:

Tabla 2. Unidades de análisis

Objetivos específicos	Unidad de análisis	Variable conceptual
Determinar las diferencias en la publicación de los medios comunitarios <i>El Florense</i> y <i>Heredia Hoy</i> en sus plataformas digitales y versión impresa.	Diferencias en publicaciones digitales vs. versión impresa.	Comparación en Facebook y periódico.
Medir el conocimiento de los estudiantes de periodismo en cuanto a la publicación de diferentes plataformas.	Conocimiento de los estudiantes.	El manejo de los estudiantes en temas de periodismo digital.
Identificar las tendencias comunicativas para la publicación en sitios web, Facebook y versiones impresas.	Tendencias comunicativas.	Estrategias utilizadas al publicar las noticias.

Nota: Elaboración propia.

Instrumentos

Tras determinar las unidades de análisis de la investigación, es importante detallar el uso de los instrumentos que se aplicarán para lograr los objetivos planteados anteriormente, con el fin de delimitar la muestra y especificar la función de cada instrumento en relación con el estudio. Como investigación cualitativa se utilizará una recolección de datos pertinente a la interpretación y observación de cualidades que sean determinantes para analizar cada uno de los objetivos.

Análisis de contenido

Para iniciar la investigación se debe realizar un análisis del contenido que presentan ambos medios de comunicación, *Heredia Hoy* y *El Florense*, en las diferentes plataformas que se desenvuelven. Según Hernández et al. (2014) en la investigación cualitativa el investigador es la parte clave para la recolección de datos, ya que es él quien por diversos instrumentos recoge los datos, no solo va analizar sino que recolecta datos de diferentes tipos: lenguaje escrito, verbal y no verbal (p.397).

Durante este proceso se debe tener claro que no es un proceso uniforme y estructurado. El análisis de datos cualitativo se realiza conforme avanza la investigación; ya que se debe interpretar y analizar todo lo que se ve; en este caso será un análisis de contenido visual porque se debe observar con detenimiento el comportamiento y la actividad de los medios de comunicación en las diferentes plataformas (impreso, web y Facebook).

Entre ellas, se debe determinar si el contenido de ambas es diferente. Cada plataforma se supone debería tener contenido específico para atraer a las personas que desean consumir sus noticias por este medio; de esta forma, agregar multimedia, procesar la información, contrarrestar con varias fuentes y hacer la información más ligera o profunda dependiendo del formato, son las bases para el análisis de contenido.

De acuerdo con Hernández et al (2014) entre los propósitos del análisis de datos se encuentra describir las experiencias de los participantes según su óptica, lenguaje y expresiones, descubrir los conceptos, categorías, temas y patrones presentes en los datos, así como sus vínculos, a fin de otorgarles sentido, interpretarlos y explicarlos en función del planteamiento del problema (p. 418).

Grupo focal

Los grupos focales son utilizados para contrastar la información que tienen diversas personas respecto a un tema en específico, así, como para observar las reacciones que presentan los individuos ante lo que se les presenta. Según Creswell (2005) citado por Hernández et al. (2014), el tamaño de los grupos depende del tema que se va tratar (pág. 409). En este caso, serán siete participantes, porque se tratará sobre asuntos más cotidianos.

Lo expuesto debido a que los objetivos de la investigación indican que el análisis se realiza sobre dos medios de comunicación comunitarios, serán tomados como asuntos de vida cotidiana. Así, que según lo recomendado por el autor, se van a utilizar siete participantes por grupo focal, realizándose dos grupos focales.

De esta forma, todos los participantes serán estudiantes de la carrera de Periodismo, en el nivel bachillerato de la Universidad Internacional de las Américas. Esto con el fin de determinar si los periodistas en formación poseen conocimiento acerca del uso que se le debe dar a la información según la plataforma en que se publique. También, para observar la reacción de los estudiantes ante el medio y su funcionamiento, así como el conocimiento que poseen acerca de las diferentes estrategias de comunicación.

Entrevista de profundidad

Otro instrumento importante que se utilizará es la entrevista de profundidad con expertos en el tema; es decir, personas que tengan conocimiento suficiente para aconsejar en el uso de redes sociales y sus estrategias de comunicación. Asimismo, especialistas en comunicación y sus nuevas plataformas, los retos de la transición del impreso al digital y las diferencias que se deben marcar para lograr llegar al público meta del medio de comunicación.

De acuerdo con lo anterior, se entrevistarán cinco expertos, ambos directores de los medios del estudio y tres personas con experiencia en redes sociales y su manejo para la comunicación periodística. De esta forma, se logrará contrarrestar la realidad que viven *Heredia Hoy* y *El Florense* con lo que recomiendan los expertos, esto porque ellos van a aportar datos que pueden explicar la realidad que viven los medios de comunicación masivos y si presentan diferencias con las estrategias de comunicación que posean los medios comunitarios en estudio.

Según Hernández et al. (2014), el investigador debe cuestionarse cada observación para saber cómo se relacionan, qué dice el marco de estudio, qué ocurre o cómo sucedió y el porqué, todo para evaluar las observaciones desde diversas perspectivas (p. 368). Esto porque cada uno de los entrevistados aportará su propio conocimiento basado en las experiencias que han vivido y lo que han aprendido de ellas ya que, para los nuevos periodistas, las perspectivas de los entrevistados podrían ser una guía a futuro.

Dentro de los entrevistados se encuentra la directora del medio de comunicación *Heredia Hoy*, Betania Artavia y Alberto Salazar, director del periódico *El Florense*. Así como los siguientes expertos en comunicación en redes sociales: Javier Córdoba, editor web y editor de investigación en Semanario Universidad; Cristian Cambroner, estratega de comunicación y director de Cambroner.cr; Ing. Esteban Mora, especialista en social media y gerente de Web Mechanics.

Así, se logró una entrevista semiestructurada, ya que según Hernández et al. (2014), el entrevistador prepara con anterioridad una guía de preguntas; sin embargo, tiene la libertad de añadir más conforme van avanzando y surgiendo nuevas interrogantes en el flujo de la conversación (p. 403). Los autores también resaltan que la entrevista en la investigación cualitativa “es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa” (Hernández et al, 2014, p. 403) citando a Savin-Baden y Major (2013) y King y Horrocks (2010).

Estos autores también defienden la flexibilidad que poseen estas al no definir el tiempo exacto que pueda durar la entrevista, ni las etapas en que se pueda dividir. No es relevante la cantidad de preguntas que se realicen o si son preguntas abiertas y neutrales, a fin de obtener del entrevistado perspectivas y opiniones del objeto de estudio: es crear una conversación fluida, en confianza y con temas que interesan a ambos.

Referente institucional

Dos son los medios de comunicación que dan sustento a la investigación, ambos son medios comunitarios que se desarrollan en la provincia de Heredia, Costa Rica. Ambos iniciaron la publicación de información por medio impreso, posteriormente, avanzaron a las plataformas digitales, entre ellas Facebook. *Heredia Hoy* es dirigido por Betania Artavia quien es periodista de profesión y ejerció durante 20 años en medios de comunicación nacionales y dio inicio hace, aproximadamente tres años, al proyecto personal que es el periódico *Heredia Hoy*.

Este se alimenta únicamente de la información que ella recaba, no hay más personal que le ayude a redactar y producir las noticias, esto debido al presupuesto. Inició con la repartición de los periódicos personalmente por todos los cantones de la provincia de Heredia, en ese momento entregaba alrededor de 500 ejemplares por cantón. *Heredia Hoy* se puede encontrar en oficinas públicas, correos, bancos, algunos comercios y municipalidades.

La idea de este medio de comunicación regional es transmitir noticias con un enfoque de temas positivos, aunque estas sean denuncias. Al tener un presupuesto limitado la oficina se maneja en la casa de habitación de la directora del medio ubicado en el cantón de Flores, Heredia. Además, posee un sitio web con el dominio www.herediahoy.com; sin embargo, no se encuentra en uso. En redes sociales se puede encontrar como Periódico *Heredia Hoy* y posee una comunidad que supera los 11 000 seguidores.

Por otro lado, se encuentra el periódico *El Florense*, que al igual que el anterior, se puede conseguir su versión impresa, mensual, en comercios, bancos y librerías de la provincia de Heredia. Contrario a hace 20 años, donde solo se le podía encontrar en el cantón de Flores, San Joaquín de Heredia y con el nombre de Flores. En esos años el director del medio era el periodista Fran Ruffilio quien, en aquel momento, repartía entre 2500 y 3000 ejemplares que mostraban noticias comunales y contaba con la ayuda de un par de personas *ad honorem*.

Después de seis años, la dirección del medio la toma Alberto Salazar, abogado y administrador de profesión, quien es actualmente el director. En ese punto inician cambios, empezando por un nuevo nombre: “Florense”, con el fin de cubrir toda la provincia de Heredia; también, cambiaron la línea editorial del medio e iniciaron su propio sitio web tras la llegada del Internet.

Por esta razón, tuvieron que cambiarle una vez más el nombre al periódico porque ya existía un dominio en la web llamado www.florense.com; por lo que decidieron agregarle el artículo “el” y tener un dominio propio en su sitio web conocido como www.elflorense.com, donde presentan ocho secciones: Nacionales, Provincial, Cultura, Tecnología, Internacionales, Deportes, Opinión y BIENES RAÍCES. También se encuentra en Facebook como: *El Florense* Periódico, con una comunidad de aproximadamente 5000 seguidores.

La redacción del medio está conformada por 4 personas, todavía cuentan con la ayuda de Fran Ruffilio como único periodista de profesión; Alberto Salazar redacta artículos de opinión y se

encarga de las publicaciones en Facebook, y otras dos personas son las encargadas de cubrir las conferencias de prensa y comunicados oficiales que se publican en el sitio web y Facebook. Dicho esto, ambos medios son los protagonistas del análisis de contenido que se realizará en sus versiones impresas y redes sociales en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el desarrollo de este capítulo se expondrá toda la información recabada durante la investigación, porque se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de datos: análisis de contenido, grupos focales y entrevistas de profundidad. En ese orden se irán presentando las unidades de análisis que se dividirán de acuerdo con los tres objetivos específicos que posee la investigación.

Debido al enfoque cualitativo, Hernández et al. (2014) afirma que este tipo de investigación:

es un camino con rumbo, pero no en “línea recta”, pues continuamente nos movemos; vamos y regresamos entre los primeros datos recolectados y los últimos, los interpretamos y les encontramos un significado, lo cual permite ampliar la base de datos conforme es necesario, hasta que construimos significados para el conjunto de los datos (p. 419).

Por ello los resultados se desarrollarán en el orden establecido anteriormente, pero existiendo la posibilidad de conexiones con las posteriores unidades de análisis para su mejor comprensión.

Unidad de análisis I: Diferencias en publicaciones versión digital vs. Versión impresa

A continuación se mostrarán diez noticias, de las cuales, cinco serán del medio impreso y cinco del sitio web. En este apartado también se mostrará cómo cada uno de los medios de estudio da a conocer sus publicaciones en sus páginas oficiales de Facebook. Asimismo, se seleccionarán cinco publicaciones de Facebook para analizar la forma en que generan contenido en la red social y si utilizan las herramientas que posee la plataforma para aumentar su interacción con los usuarios.

El Florense

Para realizar el análisis de las noticias publicadas por el periódico *El Florense* en su versión impresa se utilizó la edición n° 215 del año 2018 durante el periodo de abril-mayo. Esta edición cuenta con 13 publicaciones entre noticias de actualidad y artículos de opinión; estos últimos no se consideraron para el análisis debido a que la mayoría son colaboraciones, por lo que se utilizaron solo las noticias que tienen como autor: “Redacción *El Florense*” (véase apéndice A).

Sin embargo, se debe tener conocimiento de que el periódico no posee fechas específicas debido a su periodicidad mensual, por lo que a continuación solo se mencionará el título, pretítulo y bajadilla para conocer la estructura que poseen en el impreso. La redacción que desarrollan en el cuerpo de la noticia se puede ver en el apéndice B, para una mayor comprensión del siguiente análisis.

Ver apéndice B – Grupo de noticias seleccionadas del periódico *El Florense*. Incluye las siguientes cinco noticias:

Noticia 1.

Pretítulo: no tiene.

Bajadilla: no tiene.

Título: INA inicia programa piloto de inspección de calidad de estructuras metálicas.

En esta noticia se puede apreciar que la redacción es coloquial; sin embargo, en los párrafos no se expresan con claridad, pero sí siguen una estructura de pirámide invertida. De esta forma, la producción de empleos y el nombre del proyecto se encuentran en el primer párrafo, ya que es la información principal de la noticia.

Se puede notar una temática social por el agrado que puede generar en la comunidad interesada en capacitaciones de este tipo, ya que se recalca en varias ocasiones que es una especialidad muy solicitada por el sector. Esta es una información que brinda el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA); sin embargo, el significado de su acrónimo no aparece en la primera mención sino después de seis veces utilizando únicamente INA.

Esto refleja un desconocimiento en la redacción periodística que se desarrolla. A pesar de ello, sí logran presentar al menos dos fuentes variadas, en este caso el Gerente de Grupo Yeril, empresa donde se lleva a cabo el plan piloto y el Jefe de Núcleo Metalmecánica del INA. Presenta una fotografía con su respectiva nota al pie, aunque no brinda una información con valor agregado, ya que no dice más que lo que se encuentra también en el titular.

Noticia 2

Pretítulo: No tiene.

Título: El alcalde de Heredia José Manuel Ulate reafirma su compromiso con la estación de trenes.

Bajadilla: No tiene.

Esta nota carece de profundidad, es corta y no indagan en los hechos para contrarrestar con más fuentes y así darle un valor agregado a la noticia. No se puede determinar que la estructura sea piramidal; sin embargo, contesta el cuándo y por qué. Además, presenta un enfoque de denuncia debido a que es un tema que interesa a los usuarios de trenes quienes, según la nota, han presentado quejas y destaca el porqué no se han iniciado las labores de mejoras en la infraestructura vial.

Poseen una imagen de la estación de trenes en Heredia con su respectiva nota al pie que brinda información relevante que se encuentra en el cuerpo de la noticia. No agrega nueva información para dar más valor a la fotografía, también es importante resaltar que la calidad de la imagen no es buena. Otros aspectos, son la falta de fuentes, ya que tienen como única fuente de información al alcalde para corroborar los datos y la presencia de errores de ortografía.

Noticia 3

Pretítulo: No tiene.

Título: Hospital San Vicente de Paúl recibe donación de equipo médico especializado.

Bajadilla: No tiene.

La tercer nota presenta la información relevante al inicio, es por eso que en el primer párrafo se puede conocer cuáles fueron los equipos donados al centro médico y el costo de la donación, asimismo, lo que se va a fortalecer en el hospital con el equipo. No presentan objetividad al redactar ya que, en los siguientes cuatro párrafos hablan de la situación del hospital y el trato que dan a los usuarios. Sin embargo, esto no es corroborado por administrativos o pacientes del hospital.

Su enfoque es de salud y bienestar social por el beneficio que se les da a los asegurados que asisten al centro médico. Dan su percepción del cumplimiento de los objetivos de las diversas unidades del hospital, del servicio de emergencias y de la Asociación Pro Hospital San Vicente de Paúl, utilizando como única fuente los estatutos de dicha asociación. Además, cuentan con

solo una fotografía alusiva al tema, y en su nota al pie comentan lo mismo que se encuentra dentro del cuerpo de la noticia.

Noticia 4.

Pretítulo: No tiene.

Título: ICE completa 11,6 kilómetros de diques y canalización en Bagaces.

Bajadilla: No tiene.

Esta nota presenta diferencias en cuanto a las otras tres que se han presentado, no posee errores de ortografía, el significado del acrónimo ICE se colocó al inicio antes de utilizarlo y recurrieron a dos fuentes relacionadas directamente con los hechos: al geólogo encargado de las obras y a una vecina de uno de los ríos afectados. Posee un enfoque social, ya que narra las soluciones que se han realizado después del huracán Otto durante el 2017.

También utiliza la estructura de pirámide invertida, colocando al inicio lo más relevante y culminando con la opinión de los vecinos. Colocaron una fotografía del lugar con su respectiva nota de pie; en este caso no utilizaron información nueva que agregue valor a la fotografía sino que informan sobre lo mismo que hablan en el título. Tampoco especifica cuál es ese río u otro atractivo que se encuentre dentro del cuerpo de la noticia.

Noticia 5

Pretítulo: No tiene.

Título: Mercedes Norte estrena Centro de envejecimiento activo.

Bajadilla: No tiene.

Esta noticia presenta información de valor a lo largo de todo el cuerpo, inicia con los responsables de la creación de dicho centro, continúa con el costo económico que tuvo y con las áreas que se desarrollarán para los adultos mayores. No presenta errores ortográficos y se pueden apreciar dos fuentes relacionadas directamente con los hechos, como son: el Alcalde Municipal y el sociólogo del Departamento Igualdad, Equidad y Género del centro.

Su enfoque es de bienestar social, ya que este centro es de interés para la ciudadanía adulta mayor que busca lugares recreativos dentro de su comunidad. Sin embargo, la fotografía no es

Bajadilla: No tiene.

La nota anterior posee un enfoque de denuncia social, cuenta el mal trato que daba la empresa de autobuses a los adultos mayores; esto en un estilo crónica, contando cómo se realizó la denuncia, cómo comprobaron los hechos y lo que va a suceder ahora con la ruta y su concesión. Tiene un lenguaje más culto, con el uso de términos legales, tiene concordancia en los párrafos y logra ser entendible, a pesar de redactar en el sexto párrafo: “Así las cosas personeros de la Aresep...”, el único que no posee una concordancia entre las palabras.

Por otra parte, la nube de palabras resalta: “personas”, “mayores”, “servicio”, “transporte”, por las cuales se puede dar una idea de lo que puede tratar la nota. Sin embargo, en el cuerpo de la noticia se pueden encontrar un excesivo uso de comas y algunas palabras con errores ortográficos, además de no poner punto final en el último párrafo de la nota.

Al igual que la nota anterior, presenta solo una fuente oficial, en este caso es la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos y el Consejo de Transporte Público (Aresep), dejando de lado la opinión de los involucrados directos y de los choferes o directores de la empresa de autobuses. Finalmente, presenta una fotografía pequeña sin nota al pie.

Figura 4. Noticia web 3.



Título: Presidenta del INAMU Patricia Mora presentó la medición estadística de la violencia de género en Costa Rica.

Bajadilla: *A un mes de labores el estilo de trabajo de la jerarca se ha hecho sentir en todo el país

* Al 25 de abril de este año 10 mujeres han sido víctimas de femicidio.

Esta es la nota más larga de las cinco que se seleccionaron, es una nota con enfoque social y de denuncia, ya que habla acerca de las agresiones que sufren las mujeres y el nuevo orden que le dará la presidente ejecutiva del Instituto Nacional de la Mujer (INAMU). Dentro de la nube se pueden destacar las palabras: “mujeres”, “violencia”, “sistema”, “instituciones” y “ministerio”. Entre ellas, se puede dar una idea de lo que se encuentra en el cuerpo de la nota.

Sin embargo, la redacción parece un comunicado de prensa oficial transmitido por el INAMU. Presentan una fuente oficial, en este caso es Patricia Mora, la Presidenta Ejecutiva del INAMU y Ministra de la Condición de la Mujer, la cual es citada tres veces en el cuerpo de la noticia. Los párrafos poseen concordancia y tienen un lenguaje sencillo y entendible; además, es la única nota que tiene bajadillas en su redacción.

Respecto a las imágenes, presenta tres, una se repite pero aumenta de tamaño y presenta una nota al pie con los nombres y puestos de las personas que se encuentran en la fotografía; la otra imagen también es de la conferencia que se llevó a cabo para dar a conocer los nuevos planes de la Directora del INAMU.

Publicaciones de Facebook

Para este apartado se seleccionaron 5 publicaciones realizadas por el perfil del medio en Facebook, todas del mes de mayo. Para analizar la frecuencia de sus publicaciones se realizó una tabla con la fecha, tema de la noticia y si fue ligada al sitio web elflorense.com (Véase apéndice D).

Véase apéndice E- Grupo de publicaciones seleccionadas de la página *El Florense* en Facebook durante el mes de mayo. A continuación las cinco publicaciones:

Facebook 1

En esta publicación se puede notar que la redacción es personal, con lenguaje sencillo y entendible. También, se puede destacar el uso de etiquetas para reconocer quiénes son las personas que se encuentran en las fotografías, y la locación como puede apreciarse es en “San Juan Abajo”. Es una redacción pequeña.

Facebook 2

Esta publicación se encuentra en los tres medios de publicación que posee *El Florense*, está en la edición impresa del mes de mayo, se puede notar que está ligada al sitio web y es publicada en el perfil del medio solo con el título, sin mencionar algo más de la noticia que pueda atraer a más lectores. A pesar de eso, cuenta con 30 reacciones, siendo una de las que más interacción generó entre los lectores, tomando en cuenta las publicaciones realizadas durante el mes de mayo.

Facebook 3

La tercera publicación seleccionada es una transmisión en vivo. Una entrevista con el presidente del Colegio de Abogados de Costa Rica, en el párrafo de entrada se pueden leer los datos generales de quienes estarán en la transmisión; sin embargo, la redacción en minúsculas del “colegio de abogados”, es incorrecta. Utiliza la locación en donde se realizó la entrevista, Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica, San José, la cual tuvo un total de 140 mil reproducciones con un total de cuatro reacciones y una vez compartida.

Facebook 4

Esta nota es una invitación a los seguidores para que se acerquen la feria de Mujeres Emprendedoras del Banco Nacional en el Paseo de las Flores, Heredia. A pesar de esto, no da mayor información de los días, los puestos o qué tipo de emprendimientos estarán expuestos. Aunque esté ligada al sitio web, no llama la atención para seguir leyendo.

Facebook 5

Al igual que esta nota, hay cinco notas más que no tienen un título o párrafo introductorio al tema que trata la noticia ligada al sitio web. De esta forma, no se llama la atención de los lectores a continuar leyendo e ingresar al sitio web por más información. Además de estar ligada, no presenta ninguna otra información.

Heredia Hoy

Para realizar el análisis de las noticias publicadas por *Heredia Hoy*, se utilizó la edición #38 que cubre el periodo de mayo 2018, que cuenta con 23 notas de diversos temas (Véase apéndice F). Se tomarán en cuenta 5 notas aleatorias que tengan como autora a la directora del medio Betania Artavia para realizar el análisis respectivo.

También se debe aclarar que no se tomará en cuenta las fechas específicas de publicación ya que su periodicidad es mensual; por ello, se mencionarán el título, pretítulo, bajadilla para conocer la estructura que poseen en el impreso. La redacción que desarrollan en el cuerpo de la noticia se puede ver en el apéndice G, para una mayor comprensión del siguiente análisis.

Véase apéndice G – Grupo de noticias seleccionadas del periódico *Heredia Hoy*. Incluye las siguientes cinco noticias:

Noticia 1

Pretítulo: Proyecto de voluntarios del Hospital de Heredia.

Título: “CAJITAS DE AMOR” PARA AYUDAR A QUIENES NO TIENEN.

Bajadilla: No tiene.

Esta noticia cubre una página del periódico, resaltan las letras del título por ser en negrita y mayúscula, utiliza un lenguaje sencillo y entendible, con un enfoque de bienestar social al ser información que beneficia a un sector de la sociedad y otorga la información necesaria para que otros puedan involucrarse y ayudar.

Presenta cinco fotografías grandes, todas con sus respectivos pies de foto, que dan información extra con un valor agregado, ya que no están redactadas en el cuerpo de la noticia. Por otra parte, utiliza solo una fuente de información para corroborar, en este caso nombran a la vocera del centro médico. Además, utiliza una estructura de pirámide invertida, se puede saber de qué trata la noticia en los primeros tres párrafos, después la información es complemento para explicar cómo funciona el proyecto. No presentan errores ortográficos.

Noticia 2

Pretítulo: Proyecto beneficia a 145 pequeños productores.

Título: CLUB ROTARIO AYUDA A MEJORAR SISTEMA DE RIEGO EN SANTA BÁRBARA.

Bajadilla: No tiene.

La segunda noticia seleccionada es más corta, posee una estructura de pirámide invertida, con la información más relevante en los primeros 3 párrafos; sin embargo, continúa dando datos atractivos como la cantidad de personas asociadas a la red de riego y sus familias. Tiene un enfoque de bienestar social ya que cuenta cómo se beneficiará el sector agricultor en el cantón de Santa Bárbara de Heredia con las nuevas medidas de riego y cuantas familias se verán afectadas positivamente con esta noticia.

Presenta tres imágenes con sus respectivos pies de nota, dos de ellas con información adicional a la que se encuentra en el cuerpo de la noticia y una que dice la información general que se encuentra en el primer párrafo. Por otra parte, utiliza solo una fuente de información, en este caso, son los representantes del Club Rotario de Heredia y no presenta errores ortográficos, solo un error de redacción en la palabra “ruego” (riego) del segundo párrafo.

Noticia 3

Pretítulo: El año anterior recolectaron 600 toneladas.

Título: CNFL LIMPIARÁ RESIDUOS DEL RÍO VIRILLA.

Bajadilla: No tiene.

Esta noticia es corta y brinda información relevante a lo largo de todo el cuerpo. Posee un enfoque social porque es un tema que ayuda a prevenir inundaciones debido a la suciedad que presenta el río Virilla. La nota tiene una fotografía del río, con una nota al pie que otorga información que se encuentra en el cuerpo de la noticia, pero presenta como única fuente a la Compañía Nacional de Fuerza y Luz, quienes se encargan de la limpieza que se le realiza al río. No presenta errores ortográficos y tiene concordancia de los párrafos, exponiendo la información con un lenguaje sencillo y entendible.

Noticia 4

Pretítulo: No tiene.

Título: RACIONAMIENTO DE AGUA EN HEREDIA.

Bajadilla: No tiene.

La cuarta nota es corta, con lenguaje sencillo y claro, contiene información importante para las comunidades de San Rafael y San Isidro de Heredia debido al racionamiento de agua que se estará realizando. Muestra el horario establecido para el corte de agua por distrito; por lo que es de un enfoque social. Además, Presenta una imagen de la tubería que se encuentra en el río y tiene su respectiva nota al pie con información específica de lo que se menciona en el cuerpo de la noticia; sin embargo, no muestra ninguna declaración.

Noticia 5

Pretítulo: Ante el Consejo de Transporte Público.

Título: SOLO UNA EMPRESA DE BUSES HA PEDIDO USAR LA NUEVA SALIDA DE HEREDIA.

Bajadilla: No tiene.

Una noticia de casi una página que incluye una pequeña entrevista de 7 preguntas con una fuente oficial, en este caso se trata de la encargada de la Dirección Técnica del Consejo de Transporte Público, quienes manejan las concesiones de rutas a empresas de buses y la utiliza como única fuente de la noticia. Tiene un enfoque social, ya que es una nueva salida de Heredia hacia San José que le ha ayudado a muchos usuarios a evadir los congestionamientos diarios, según la noticia.

El lenguaje es sencillo y entendible y no tiene errores de ortografía, pero dos palabras se encuentran mal escritas. Presenta dos fotografías con sus notas al pie, una es de la encargada de la Dirección Técnica del Consejo de Transporte Público, con información que se encuentra en el cuerpo de la noticia y otra de la ruta en cuestión, comenta el día de inauguración y que es utilizada por vehículos particulares, información con valor agregado.

Sitio web

El sitio web herediahoy.com existe, pero no es utilizado por el medio de comunicación. En la página solo aparece la frase “gracias por su visita, estamos en construcción de este sitio web”; el

logo de “*Heredia Hoy*, el periódico de los florenses” y los números a los que se les puede contactar junto con el correo electrónico. Después de varios minutos en el sitio web se auto direcciona a la página de Facebook; sin embargo, publican la versión PDF del periódico en el sitio web issuu.com y en algunas ocasiones lo enlazan en su página de Facebook.

Debido a lo anterior, es que en este apartado no se utilizó el programa <https://www.nubedepalabras.es/>, ya que el sitio web de *Heredia Hoy* no cuenta con información para poder realizar dicho análisis.

Publicaciones de Facebook

Para este apartado se seleccionaron cinco publicaciones realizadas por el perfil del medio en Facebook, todas del mes de mayo. Para analizar la frecuencia de sus publicaciones se realizó una tabla con la fecha, tema de la noticia y si esta es logada a una página web (Véase apéndice H).

Ver apéndice I – Grupo de publicaciones seleccionadas de *Heredia Hoy* en Facebook. A continuación las cinco publicaciones:

Facebook 1

La primer nota seleccionada es una denuncia del alcantarillado de Heredia Centro, específicamente en el parque de Los Ángeles. La fotografía es específica y evidencia el problema al que se enfrentan los peatones, por lo que se trató de una noticia de actualidad. Es un tipo de publicación que atrae al lector, ya que se pueden apreciar 83 reacciones, 26 veces compartido y más de nueve comentarios.

Facebook 2

Con esta publicación se aprecia que el medio en su página de Facebook también publica noticias de nivel nacional, no solo comunal. Dentro de las publicaciones del apéndice E se pueden encontrar noticias cuya ubicación es en otros lugares del país, no necesariamente Heredia y sus cantones.

Su título es llamativo y el cuerpo de la noticia comenta las principales razones del porqué la presidenta del Congreso llegó al traspaso de poderes de esta forma. El tamaño (dos párrafos) es adecuado para el espacio de publicación ya que, posteriormente, se dio seguimiento a los hechos en dos publicaciones más ligadas a las transmisiones de Canal Trece en Facebook; asimismo, las

fotografías son de los momentos en que esto sucedía. Esta publicación llamó la atención de los lectores, generando 23 reacciones y dos comentarios.

Facebook 3

La tercera publicación es la que más alcance tuvo durante el mes de mayo. Se puede apreciar que en su página de Facebook tocan temas deportivos de actualidad para tener un enganche más cercano a la afición de la provincia con una transmisión en vivo del ambiente en el estadio Eladio Rosabal Cordero. Tuvo 376 reacciones en total, y fue 81 veces compartido por los seguidores, demostrando que estos temas llaman la atención de la comunidad del medio de comunicación. El tiempo de transmisión es de 12 minutos 58 segundos y ha sido reproducido 10 000 veces.

Cuenta con una entrevista a una aficionada presente en el lugar que relata hace cuánto ha estado ahí, cuál fue el recorrido y unas palabras para los jugadores.

Facebook 4

Esta publicación es de actualidad ya que alerta a los vecinos de San Rafael de Heredia acerca de la prestación de servicios en el área de salud; sin embargo, en el título no especifica que se trata de la sede de salud de San Rafael. En extensión de párrafos es mucha información, por lo que en la publicación se muestran el primer párrafo, la mitad del segundo y aparece una pestaña de “leer más...” para poder desplegar los otros tres párrafos. Esto no siempre funciona, debido a que existe la posibilidad de que los visitantes no sigan leyendo.

A pesar de esto, la nota responde a las 5W y presenta dos fuentes: el director del establecimiento y un funcionario del Centro de Atención de Emergencias y Desastres de la CCSS; también cuenta con dos fotografías alusivas a los hechos. La publicación tiene una reacción, sin comentarios ni compartidos.

Facebook 5

Los sucesos como el de la publicación #5 son un ejemplo de lo que más se publica en la página de Facebook, a pesar de que, según su directora, la versión impresa tiene un eslogan de “noticias felices”. De esta forma, se refleja el manejo de dos personalidades en ambas plataformas donde brindan información; esta fue hecha al momento que sucedió, brindando

actualidad a la página. Su redacción es concisa, con un lenguaje sencillo, exponiendo en cuatro párrafos pequeños los hechos y la información más relevante.

Ambas imágenes son relacionadas con los hechos. Una imagen es cruda, sin censura; sin embargo, después de esta nota publicaron otra en la sí se previene a los lectores del contenido de la misma imagen. Provocó seis reacciones y fue dos veces compartida por los seguidores.

Unidad de Análisis II: Conocimiento de los estudiantes

Durante esta unidad de análisis se expondrán las reacciones y opiniones que se obtuvieron de los dos grupos focales que se realizaron para desarrollar el segundo objetivo de la investigación; en ambos, lo más relevante fue el manejo de términos para estrategias de redes sociales. Todos los seleccionados son actualmente estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas. No se estipuló un rango de edad, ya que no es relevante para la investigación. El único requisito fue haber cursado la materia de Periodismo en Internet.

A continuación los siete participantes del grupo A:

Tabla 3. Participantes del Grupo Focal A

Fecha:	19 junio 2018
Lugar:	Universidad Internacional de las Américas
Examinador:	Jeimmy Solís Nurinda
Participantes:	Fabiola Chinchilla
	Javier Barrantes
	Alonso Chavarría
	Luis Daniel Estrada
	José Carlo Ubau
	Valeria Montenegro
	Oscar Méndez

Nota: Elaboración propia.

Para generar un ambiente de confianza en el que todos los involucrados se sintieran libres de opinar, se inició con una pequeña introducción del tema de investigación, posterior a su presentación personal. El diálogo se dividió en dos secciones: una, sin conocer cuáles son los medios investigados, y otra, opinando una vez que ya supieron de cuáles medios se trata.

Cada uno de los temas fue enfocado al conocimiento de los estudiantes en el manejo de redes sociales. Muchos de ellos se notaron al inicio desubicados con algunos términos pero conforme

se fue avanzando los reconocían. De esta forma, el primer tema se dirigió al uso de estrategias de comunicación en redes.

Todos concordaron con el uso de vídeos, concursos, redacciones breves con lenguaje sencillo, definir el público meta, *hashtags* y establecer tiempos de publicación. A este último, el estudiante Alonso Chavarría añadió que “el horario debe ser bien establecido porque siempre habrá una hora en la que más gente vea redes sociales; entonces en las mejores horas poner las mejores notas” (grupo focal, 2018).

Dentro de las estrategias de comunicación se debe tener muy claro a qué tipo de público se pretende llegar, por lo que no es lo mismo dirigirse a un joven de 15-20 años que a un adulto de 35 en adelante. Por ello, José Carlo Ubau, resaltó que “la información que se vaya a recibir debe ser rápida, necesaria y básica; algo que realmente sea de su interés” (grupo focal, 2018).

Respecto a la vida útil que tiene una publicación en Facebook para poder llamar la atención de los seguidores, esta dependerá del tipo de información que se esté brindando. No es igual un medio de comunicación, a un blog o tienda virtual. Por eso Oscar Méndez aclaró que un medio deportivo, como mínimo, debería tener diez publicaciones diarias.

Para Javier Barrantes, un contenido de salud, después de cierto tiempo la gente no le va a prestar tanta atención. Un tema que no sea de tanto consumo para la sociedad puede estar bien entre tres y cinco publicaciones diarias (grupo focal, 2018).

Curiosamente, ninguno de los participantes mencionó como estrategia de comunicación en redes sociales, principalmente Facebook, el uso de *links* o enlaces a sus propios sitios web. Todos se centraron en las herramientas que da la plataforma sin añadir un tema de profundidad que se puede lograr a través de un sitio web especializado.

Por lo anterior, se les solicitó resaltar diferencias entre la redacción para un medio impreso y un medio digital en redes sociales. Dentro de estas mencionaron, la agilidad de las redes, la profundidad con la que se puede trabajar en un impreso, y que para redes sociales se deja de un lado la formalidad.

Los participantes también concordaron con la cercanía que se puede tener con el lector y el uso de multimedios sin dejar de lado la escritura, porque siempre habrá gente que quiera leer sin

ver los vídeos. Rescatando que el medio impreso no debe perder su personalidad en redes sociales, siempre debe tener la misma línea editorial y manual de estilo.

A lo que el estudiante, Javier Barrantes mencionó el caso de La Nación, que posee un mismo estilo en su versión impresa y digital. A diferencia de quienes existan solo digitalmente, ya que pueden elegir qué tipo de lenguaje se desear utilizar según su manual de estilo (grupo focal, 2018).

Los demás participantes contrarrestaron esta opinión con el ejemplo de Delfino.cr; quien a pesar de no ser considerado un medio de comunicación, posee un estilo definido en sus redes sociales. Aun con este ejemplo, continúan diciendo que el medio impreso posee más profundidad.

Al continuar con la conversación, añaden el uso de contenido gráfico y el beneficio de seguimientos en distintas ediciones con la combinación de géneros periodísticos. Sin embargo, están conscientes de que el periódico ha ido perdiendo popularidad debido al impacto de los celulares inteligentes.

Tras 25 minutos de intercambio de ideas, ninguno de los participantes mencionó el uso de un sitio web como estrategias de comunicación en redes y de esta forma poder profundizar y segmentar la información como en un medio impreso. Debido a esto, se trajo a la mesa este tema.

Surgieron opiniones muy subjetivas de las cuales no todos estuvieron de acuerdo. Sin embargo, resaltó la de Luis Estrada, quien dijo que la lectura en el periódico “es un factor psicológico, las personas cuando leen el periódico inician a leerlo y no lo abandonan, entonces es como que lo ocupan terminar” (grupo focal, 2018).

Concluyendo con este tema, Oscar Méndez cree que el uso de titulares poco llamativos es el problema que se tiene en redes sociales y por eso las personas solo se quedan con las primeras líneas y pierden el interés a seguir leyendo. El uso de las cualidades periodísticas puede ser utilizado para atraer y crear un deseo de lectura en el seguidor (grupo focal, 2018).

En la segunda parte, se les mostró ambos medios de comunicación (*El Florense* y *Heredia Hoy*), en su versión impresa para que pudieran resaltar cualidades, deficiencias y demás que les llamará la atención. A pesar de que el diseño del impreso no es un tema relevante para la investigación, fue lo primero que los participantes opinaron.

Todos estuvieron de acuerdo con que los colores, el tipo de letra, los cuadros, el titular, las mayúsculas y el tipo de papel en el que se imprime, son relevantes para llamar la atención del lector. No obstante, hubo opiniones divididas en cuanto a cuál de los dos parecía ser un medio más ameno para su lectura.

Después de eso, se procedió a mostrar el sitio web y las páginas de Facebook. Los participantes acordaron que es fundamental tener un sitio web, porque Facebook debe ser solo un complemento que se enlace al sitio web. En el caso de *Heredia Hoy*, que no cuentan con el sitio web, el publicar las imágenes del impreso no es nada atractivo según los participantes.

Facebook es una plataforma que ayuda a darse a conocer con el público que uno pretenda, pero debe ser usado de forma adecuada, con buena comunicación. La participante Fabiola Chinchilla recalcó la necesidad de conocer el tipo de noticias y Oscar Méndez añadió que las noticias de denuncia son las que necesitan más profundidad para que causen interés en la comunidad.

Finalmente, la mayoría de los estudiantes conocen el manejo de las redes sociales gracias al uso que le dan personalmente y/o al que le dan en sus trabajos. Dentro de los temas que se hablaron, ninguno fue tratado en las aulas, según los estudiantes.

A continuación los siete participantes del grupo B:

Tabla 4. Participantes del Grupo Focal B

Fecha:	19 junio 2018
Lugar:	Universidad Internacional de las Américas
Examinador:	Jeimmy Solís Nurinda
Participantes:	Eleanne Mora
	Daniel Martínez
	Julián Zamora
	Fiorella Montoya
	Erika Arroyo
	Lior Richter
	René Rojas

Nota: Elaboración propia.

Al igual que el grupo anterior, se realizó una presentación personal y se estableció el tema por discutir. Se dio inicio con las estrategias de comunicación, las cuales sorprendentemente, ninguno

de los participantes logró mencionar una. Todos se quedaron extrañados, por así decirlo, con el término “estrategias de comunicación para redes”.

Continuando con el horario, para lograr un mayor alcance en las publicaciones, una de las participantes, Fiorella Montoya mencionó lo siguiente: “Dependiendo de la hora, porque puede ser antes de las siete cuando se están alistando para ir al trabajo; a la hora de almorzar y cuando vayan saliendo del trabajo, tipo seis de la noche” (grupo focal, 2018). Con ella, concordaron los demás participantes.

De esta forma, se llegó al consenso de que la cantidad de notas para publicar en ese horario, varía entre una o tres para no saturar las redes. Al igual que el grupo anterior, cuando se mencionaron las diferencias entre el impreso y redes, todos alegaron la profundidad del impreso. A parte de la inmediatez y herramientas que dan las redes, concordaron en que el horario es muy importante porque no siempre se va a tener un alcance positivo.

El participante Julián Zamora agregó lo siguiente: “La profundidad con la que tratan los temas, porque en la web, por la inmediatez, pasa algo y se publica de una vez. En el periódico como que tratan los temas con más profundidad y más delicadeza” (grupo focal, 2018). Los demás participantes apoyaron lo dicho y añadieron que en web se pueden republicar las notas que no sean de inmediatez para llenar contenido.

A pesar de que mencionaron el uso de multimedia y demás recursos que brinda la plataforma Facebook, al involucrar los sitios web a la discusión las opiniones se dividieron. Algunos creen que no es necesario el uso de un sitio web, ya que Facebook da opciones para publicar noticias sin necesidad de ser un periodista. Otros como Erika Arroyo, añadió que el sitio web es importante porque no solo personas a nivel nacional pueden ver la información.

Algunos también piensan que una página web es un complemento. El estudiante Lior Richter añadió lo siguiente: “La información completa está en la web y en Facebook están las publicaciones donde la gente va a entrar y hacer clic y los remite directo a la página web. Entonces sí funciona como complemento” (grupo focal, 2018).

Por otra parte, el tema de profundidad versus inmediatez fue uno de los más discutidos. La subjetividad con la que se le da importancia a unos temas para desarrollarlos ampliamente es un factor importante. El estudiante Julián Zamora resaltó que de cierta forma las personas buscan la

inmediatez porque es lo que más vende, dejando de lado la importancia de informar a las personas.

No importa que la información en redes sea segmentada, pero que pueda ser completa. La inmediatez predomina más porque las personas quieren todo en un párrafo, no quieren leer más. Contrario a lo anterior, Erika Arroyo hizo referencia a las bases del periodismo y la profundidad que el mismo debe tener. Así, resaltó que cada lector elige que medio leer, pero para ella la profundidad es más importante.

Para finalizar la primera parte del grupo focal, se les pidió que resaltaran temas positivos que aprendieran durante el curso “Periodismo en Internet”. La mayoría resaltó la diferencia entre ser consumidor de contenido en redes a productor y la presión de publicar con inmediatez. Sin embargo, no tienen conocimiento de estrategias y términos que comúnmente se utilizan para hablar del manejo de redes.

En la segunda parte, al presentar ambos medios impresos, los participantes resaltaron el tipo de noticias que se publican en ellos. Todos concordaron con que es importante tener noticias de ámbito social, los personajes que resaltan en la comunidad y humanizar cada noticia para crear una cercanía entre los habitantes, sin dejar de lado las noticias que informan y alertan al cantón. Al pasar a las páginas en Facebook, destacaron que el uso de sucesos por parte de *Heredia Hoy*, les permite competir por inmediatez y actualidad, lo que no pueden hacer en el medio impreso.

Anudado a esto, René Rojas piensa que es importante usar recursos multimedia para que enriquezcan más el contenido que publican con referencia al impreso. Al igual que Rojas, Fiorella Montoya cree que la información que dan es buena y completa, ya que los párrafos son cuatro o cinco. Contrario a lo que exponen ellos, Erika Arroyo y Lior Richter piensan que la extensión de los párrafos es demasiado y que es necesario el uso de un sitio web.

Posteriormente, al mostrar el sitio web de *El Florense*, todos los participantes concordaron que no se explotan todos los recursos multimedia que ofrece un sitio web. Dentro de las características del medio, los estudiantes comentaron que el tipo de letra y su tamaño es importante para generar en el lector un deseo de terminar la noticia y no solo leer el título o el primer párrafo.

Finalmente, los estudiantes resaltaron que para lograr un crecimiento en los seguidores de Facebook, es esencial ser constante en las publicaciones y crear contenido diario para mantener a los usuarios interesados en la página. Cada medio puede tener su forma de crecer en la plataforma, pero es importante la atención que se le da a la creación de contenido único.

Unidad de Análisis III: Tendencias comunicativas

Esta unidad de análisis permite determinar cuáles son las tendencias comunicativas que se pueden apreciar hoy en medio de tantos avances tecnológicos. Para lograr una mayor comprensión de las opiniones brindadas en las entrevistas, se dividirán por categorías los temas que se trataron, a fin de contrastar lo que todos dijeron.

Categorías:

- Situación actual.
- Estrategias de comunicación en redes.
- Habilidades de un periodista.

Tabla 5. Datos de los entrevistados.

Nombre	Seudónimo	Relación con la investigación	Fecha y Lugar
Javier Córdoba	Córdoba	Editor web y editor de investigación en el Semanario Universidad (medio físico y digital)	23 de mayo, 2018 Semanario Universidad
Cristian Cambronero	Cambronero	Estratega de comunicación online. Director de: Cambronero.cr	30 de mayo, 2018 Tribunal Supremo de Elecciones
Ing. Esteban Mora	Mora	Especialista en Social Media y Gerente de Web Mechanics.	4 de junio, 2018 Vía Whatsapp
Alberto Salazar	Salazar	Director y Administrador del periódico <i>El Florense</i>	4 de junio, 2018 Librería Suministros Senderos S.A., San Joaquín, Heredia
Betania Artavia	Artavia	Directora del periódico <i>Heredia Hoy</i>	13 de junio, 2018 Vía Whatsapp

Nota: elaboración propia.

Conforme pasan los años, las personas cambian, sus gustos varían, desean nuevas experiencias y en la lectura de noticias pasa igual. Los medios de comunicación comunitarios siempre han sido conocidos por sus denuncias comunales, por contar acerca del ciudadano común y sus logros, desarrollar historias detrás de lugares icónicos de su comunidad, región o provincia; sin embargo, su popularidad ha decaído. Antes, cuando se acostumbraba leer el periódico todas las mañanas, los medios comunitarios tenían mayor auge, hoy con las redes sociales ¿se podría lograr algo similar?

Esta es la principal interrogante en la que se basó esta unidad de análisis: cómo lograr que el público al que se quiere llegar preste atención a las noticias que se comparten en nuevas plataformas. La rapidez con la que se consume información hoy, hace que la creación de contenido deba ser innovadora para el lector.

Situación actual

Durante la Unidad de Análisis I se pudo denotar la forma en que trabajan los medios de comunicación *El Florense* y *Heredia Hoy*. Cada uno de ellos posee estrategias distintas de

comunicación y líneas editoriales que determinan su rumbo en redes sociales. *El Florense* elige su contenido de dos formas: comunicados de prensa oficiales de los lugares que pautan publicidad y las de elaboración propia.

Nosotros publicamos, en primer momento, una entrevista de fondo (periódico) que tenga un enfoque diferente... La denuncia comunal, la alcantarilla que está sin tapa, el lote vacío que sirve de criadero del dengue; esa noticia a *Canal 7*, a *La Nación*, no le interesa, a nosotros sí nos interesa, el barrio que está organizado contra el hampa, esa es la noticia que a nosotros nos interesa (Salazar, entrevista de profundidad, 2018).

Sin embargo, Salazar añade que no lo realizan constantemente debido a los pocos recursos con los que cuenta el medio y a la falta de personal para la redacción de notas que llevan más tiempo y dedicación. Por lo que aprovechan su sitio web para dar a conocer más noticias de la comunidad, alimentándolo de informaciones nuevas todos los días, con el fin de aprovechar la plataforma ya que en el impreso no pueden manejar actualidad al tratarse de un medio de circulación mensual.

Sin embargo, el contenido que se publica en la web no se desarrolla más de lo que les envían en comunicados de prensa. Al respecto, su director se refirió de la siguiente forma: “el sitio web se renueva todos los días, todos los días se suben noticias nuevas pero se suben así como nos llegan de los ministerios” (Salazar, entrevista, 2018). Es decir, la información no es procesada antes de su publicación.

Por otra parte, el medio utiliza el pago de publicidad para llegar a los seguidores con las noticias que ellos consideran relevantes, siendo su elección un tema muy subjetivo. Lo anterior denota una estrategia de comunicación que utiliza el medio para darse a conocer. Otra estrategia es el uso de *links* o enlaces a su sitio web para trasladar tráfico a su página oficial elflorense.com.

De igual forma, utilizan las encuestas como herramienta de interacción con los seguidores, a pesar de no ser tener un uso frecuente les ha dado un buen resultado en las reacciones. Con el uso de estas estrategias, *El Florense* ha alcanzado una comunidad de 5283 personas que ven sus publicaciones y siguen los pasos del medio en Facebook.

Asimismo, el medio respeta la libertad de expresión en su página de Facebook, sin crear una mayor interacción con los usuarios. Ambos medios creen tener una interacción básica con los usuarios al intentar contestar los comentarios que se realizan en las diferentes publicaciones cuando es necesario o se ha generado una pregunta a la cual se deba responder.

Contrario a *El Florense*, el periódico *Heredia Hoy*, hace un uso limitado de las herramientas de Facebook; en este caso, las estrategias de comunicación son distintas. El crecimiento orgánico en Facebook tiene que ver con la constancia y la cantidad de notas que se publican en los perfiles; es decir, darse a conocer sin el pago de publicidad. El resultado que les ha dejado es una comunidad de 12 653 personas que siguen el contenido de su página en Facebook.

Si bien el contenido que dan ambos periódicos es similar, la forma en que la desarrollan en sus páginas de Facebook es muy diferente. *Heredia Hoy* considera que no es necesario el uso de todas las herramientas que brinda Facebook para atraer a los lectores, su directora afirma lo siguiente: “el crecimiento lo hemos logrado en base a llegar con la información que les interesa y les gusta; dedicando mucho tiempo para eso” (Artavia, entrevista, 2018).

Debido a lo anteriormente expuesto es que en su impreso tienen el eslogan de “noticias positivas” por lo que no publican ningún suceso, pero en redes sociales sus publicaciones son mayormente accidentes que suceden a lo largo de la semana. Para Artavia, la inmediatez es lo que ha llevado al medio a publicar información útil y práctica, si hay presas, si hay choques, si hubo inundaciones, si habrá cortes de luz y no solo a nivel provincial sino nacionalmente, lo que tenga mayor impacto, tratando al impreso y al digital como dos medios independientes.

Aparte de este estilo de comunicación, la página ha realizado varios concursos con el fin de premiar a los seguidores por su apoyo y lealtad. Por otra parte, sobrevivir económicamente por medio de la publicidad, es muy importante para ambos medios. En este caso *El Florense* no hizo mayor comentario al respecto; sin embargo, la representante de *Heredia Hoy* comentó que ofrecen menciones en web como bonificaciones a las empresas que se anuncien en el impreso.

Paralelo a esto, uno de los retos en el que ambos directores concordaron, fue el poco conocimiento que tienen sobre el manejo de redes sociales, además del poco financiamiento con el que pueden contar. Al respecto, Salazar opinó que “la falta de capacitación para ver más allá o el estar rodeado de una generación de jóvenes que nos haga ver más allá. Eso sí ha sido una

limitante” (entrevista, 2018). Debido a esto, ambos han asistido a capacitaciones para desarrollar el manejo de redes sociales efectivamente.

Estrategias de comunicación en redes

Las redes sociales se mueven rápido, consumen mucho contenido y son una plataforma para darse a conocer y crecer como medios de comunicación. Dentro de cada estilo de comunicación se encuentran estrategias para crear un mayor impacto en la comunidad y/o público meta a la que se le desean transmitir las noticias.

Cada persona tiene una visión diferente y perspectivas que han desarrollado a través de las experiencias. De esta forma, se considera valiosa toda la información que han dado los entrevistados al respecto; por ejemplo, una de las estrategias puede ser el uso de redes sociales para llegar a más personas; establecer esa transición del impreso a web. Sobre esto, Córdoba, cree que la costumbre a explicar ampliamente los hechos en un impreso fue lo que más le costó a *Semanario Universidad*, ya que en redes debe ser pequeño y conciso.

También añadió lo siguiente: “hemos tratado de hacer un balance, ni hacer una mini nota que no diga nada, pero tampoco, una sábana completa que nadie va a leer en una pantalla”(Córdoba, entrevista, 2018). Sin embargo, Mora, mencionó algo interesante porque las audiencias no son contempladas cuando se trata de un impreso, pero al empezar a ser digital se puede medir el alcance real que tiene cada publicación.

Al respecto, Mora añadió lo siguiente:

Quando se pasa a digital como todo se puede medir, entra el número de audiencia a jugar un papel muy jodido porque, entonces, tenés una medida del éxito, entonces, yo siento que tienen que empezar a trabajar contra el *engagement*.

O sea, si las publicaciones se mueven, no se mueven; cuánta gente visita la página, no la visita y sobre todo cuando un medio digital tiene que quemar mucha publicidad para sostenerse y eso le mete mucha presión al periodista y es donde vemos que el periodismo baja de calidad (entrevista, 2018).

Con lo anterior también se hace referencia a la segmentación de audiencias; es decir, segmentar los nichos de interés para poder comunicar específicamente de acuerdo al interés de

estos. Facebook ofrece una opción en la que la información al publicarla se puede elegir a qué tipo de personas les debería aparecer y se dividen en edades, geografía y gustos por medio de *hashtags*.

De esta forma, el contenido que se comparte tiene un grupo específico de personas a las que les interesa. Según Cambronero, redactar debe ir de acuerdo con las edades, ya que no es lo mismo comunicar para un sector empresarial que ronde edades de 30-40 años, que para un grupo de adolescentes entre 13 y 20 años. Esto permite conectar puntualmente con esas audiencias sin gastar recursos de más.

Sobre ello, Cambronero añadió lo siguiente:

Cuando se conciben los contenidos, inclusive la forma de redacción, uno tiene que pensar que ahora nosotros decimos que redactamos para tres audiencias: los lectores de las informaciones que vamos a publicar, los buscadores y otra son las redes sociales (entrevista, 2018).

Por ello, él recomienda que el contenido que se publique funcione bien para los tres. Se debe pensar que la información sea sencilla y clara para que las personas la comprendan; el uso de palabras claves que resalten para que sea más sencillo, encontrarlas en un buscador, y que sea lo suficientemente atractivo para que las personas en redes sociales lo quiera compartir con sus amigos.

Para lograr estas cosas, la información debe ser procesada para que sea un contenido de calidad; Sin embargo, la inmediatez ha provocado una falta de profundidad en las noticias. En cuanto a la inmediatez, Mora destacó que ésta no sirve de mucho para competir entre los medios, ya que al menos 15 medios pueden publicar lo mismo al suceder un hecho y las personas se quedan con la primera sin necesidad de ver otros.

De esta forma, Mora recomendó no cambiar en contenido sino la forma en que se comparte, consumir las noticias de una forma más entretenida como por ejemplo, Pictoline. Una página web que comparte información mediante imágenes entretenidas que contienen los hechos relevantes (Véase apéndice J). También añadió lo siguiente:

¿Por qué los medios no pueden hacer algo parecido? lo que los detiene es la creatividad. Entonces, sí, pues la inmediatez les ha pasado factura. Yo dudo que

los medios estén pensando en dejarla porque a fin de cuentas, insisto, son clics sobre todo para los medios que son meramente digitales, dejar de lado la inmediatez les puede quitar clics (entrevista, 2018).

Algo similar opinó Córdoba respecto a la inmediatez, ya que considera que no es viable competir de esta forma. El contenido en las redes sociales es remplazado rápidamente por publicaciones realizadas más recientemente, entonces, Córdoba daba el ejemplo de que no todas las personas están en Internet al mismo tiempo y puede ser que se publique la mejor primicia de un hecho pero que nadie la vea.

Mientras, para Cambroner, apostarle a la profundidad o inmediatez es una decisión del medio, aunque para él la actualidad por actualidad se vuelve cada vez menos valiosa en términos del valor que el medio le da a su audiencia. “La investigación, yo tampoco sé si es la respuesta; la gente cada vez lee menos, cada vez hay más medios compitiendo por el tiempo de las personas y su atención” (entrevista, 2018).

Otra estrategia considerada por todos los entrevistados es atraer público al sitio web. Es necesario que los medios de comunicación tengan un sitio web propio donde se pueda desarrollar ampliamente la noticia y anclarla a redes sociales con el fin de generar tráfico a su favor. Aparte de que la aplicación no es propia y, al cerrar, se va con ella toda la información y esfuerzo que se haya hecho en la creación de contenido.

Un ejemplo de ello es la analogía que hace Mora al respecto: usted no construye una casa en un terreno alquilado. Ese es el problema de invertir en Facebook y creo que nadie se está dando cuenta de ese pequeño detalle. Por eso solo se desarrollan negocios en tierra propia, en este caso un sitio web (entrevista, 2018).

De ahí la importancia de invertir en un sitio web, aportando contenido de calidad, donde se pueda encontrar la continuidad de los hechos de actualidad profundizados. Para Córdoba es esencial crear una conciencia en el público por conocer que en su sitio web puede encontrar la información procesada y que existe más.

Habilidades de un periodista

Conforme pasan las generaciones cambian los estilos de compartir información. Uno de los retos que más resaltaron los investigadores fue el cambio del impreso a la web. Tener que

acostumbrarse a información diversificada para públicos específicos con contenido creativo y atractivo para el lector, para realizar todas estas funciones los periodistas necesitan tener habilidades digitales y conocimientos mediáticos.

Existen funciones básicas y complementarias, según Córdoba, principios como la redacción clara y sintética son primordiales porque de esa forma se va redactar bien para el impreso, para redes, para la web, incluso para los correos que se envían. Por otra parte, las complementarias tienen que ver con manejar cámaras, saber editar, conocer de *marketing* y uso de redes sociales.

Dadas las exigencias del mercado se debe estar actualizado todo el tiempo. En algunos casos la falta de recursos no puede ser una excusa ya que como lo dijo Cambroneró:

Una de las cosas más fascinantes de esta revolución digital, es que el conocimiento está disponible en todas partes; la gente tiene una gran voluntad de compartirlo, de aprender juntos, de co-crear, entonces, uno tiene como que insertarse en esa dinámica de búsqueda y exploración de conocimiento (entrevista, 2018).

Tener curiosidad por los casos controversiales de diferentes medios de comunicación a nivel nacional e internacional. El deseo de conocer y crecer debe ser personal, así enamorar a los lectores de lo que se escribe y que puedan estar ansiosos de conocer que más tiene para ofrecer ese periodista. Al respecto, Mora cree que el tener clara la diferencia entre audiencia y seguidores es fundamental para los nuevos periodistas.

Otro punto importante en el que concordaron es el poder describir el mundo real en un mundo virtual. Manejar una red con conciencia de que no se puede publicar algo que personalmente no se diría; corregir los errores que se comentan al instante ya que el trabajo de los periodistas hoy está expuesto a la crítica de cualquier persona y así como en el impreso no se publica una foto sin nota al pie, en redes no se publica una foto sin explicar qué es.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante este capítulo se expondrán las conclusiones a las que se ha llegado a través de los datos que se han expuesto a lo largo de la investigación. Cada una hace referencia a los objetivos planteados al inicio de la investigación, con el fin de describir el uso que le dan los medios comunitarios a la plataforma digital Facebook.

La principal conclusión a la que se llegó es que los medios de comunicación comunitarios *Heredia Hoy* y *El Florense*, han tenido dificultades en la transición del medio impreso al digital debido a la falta de capacitaciones en el ámbito. Ambos tienen estrategias de comunicación muy diferentes exponiendo los resultados muy claramente en la cantidad de seguidores de sus perfiles de Facebook. La buena redacción y constancia en redes sociales llama la atención de los usuarios, permitiendo atraer más público a sus perfiles.

El uso de imágenes, videos, infografías, audios y todo lo que pueda complementar la información textual, es una buena estrategia para dar algo nuevo y más ligero de consumir al lector. Ambos medios intentan explotar estos recursos; sin embargo, la inconsistencia en las publicaciones de *El Florense* y el no procesar los comunicados de prensa en información más amigable les pasa la factura en sus seguidores.

Se concluye que el tiempo en redes no significa más seguidores. Lo anterior debido a que *El Florense* es un periódico que lleva más de 15 años en el medio y ha estado en redes sociales desde el 2005, pero con publicaciones intermitentes en Facebook, incluso sin publicar más de cinco días seguidos. En redes sociales se ha demostrado que la participación debe ser diaria para poder llegar a más personas.

Asimismo, se concluye que un sitio web debe ser indispensable para los medios de comunicación que deseen tener información profunda y de calidad; de esta forma poder ligar esa información a sus redes sociales. La innovación y creatividad en la creación de contenido también debe ser una estrategia que tengan presente los medios de comunicación, en especial los comunitarios para crear un mayor vínculo con sus seguidores.

Evitar el uso de párrafos extensos en redes sociales es necesario para obtener más reacciones en las publicaciones. De acuerdo con las entrevistas y los grupos focales, las personas hoy desean consumir información concisa y sintética, con la opción de continuar leyendo en un sitio web si

es de su interés. De igual forma, el uso de títulos atractivos para dar a conocer las noticias en las tres versiones, impreso, sitio web y redes sociales.

Por otro lado, la versión impresa debe contar con información original y con fuentes variadas que le den credibilidad a la noticia, no comunicados de prensa sin contrarrestar. Además el uso de colores, el tipo de papel y letra fueron factores determinantes en lo que mencionaron los estudiantes al respecto; de esta forma decidían si les gustaría leer o no ese periódico en otras ocasiones.

De acuerdo con el conocimiento adquirido en las aulas, se puede concluir que depende mucho del profesor que hayan tenido, ya que este era el que aportaba conocimientos sobresalientes o no. Muchos de los estudiantes resaltaron que las estrategias de comunicación no fueron un tema muy profundizado en las aulas.

También, se concluye que la mayoría de los estudiantes ha adquirido conocimientos gracias a sus experiencias en el campo laboral y personal. Cada uno de los participantes de los grupos focales conocía de los términos gracias a su uso personal de la plataforma y lo que han podido observar de los medios de comunicación ya que, para explicarse, utilizaban muchos ejemplos.

Respecto a las estrategias de comunicación, las tendencias se inclinaron al uso de buenas imágenes y videos. Competir por valor agregado en la información y no por lo que la mayoría de los medios apuestan, dar un cambio que sea característico del medio de comunicación. Gracias a los entrevistados se concluyó que el conocimiento de las audiencias es muy importante para la creación de contenido segmentado.

De lo expuestos se pueden apreciar los apéndices D y H, los cuales denotan la diferencia en la segmentación de contenido que poseen ambos medios de comunicación. Se puede considerar que *Heredia Hoy* inició con la publicación de sucesos debido a la solicitud del público, reconociendo los gustos de su audiencia. Por otro lado, *El Florense* posee una falta de consistencia en el contenido que se publica tanto en redes como en su sitio web.

Además, se concluye que ambos medios de comunicación apuntan a temas sociales que afectan a la comunidad de la provincia de Heredia. A pesar de esto, *El Florense* no lo cubre de la forma que quisiera debido a la falta de personal que poseen, esto según su director Alberto Salazar. Contrario a ellos, *Heredia Hoy* presenta información diversificada con menos personal.

Por lo que se puede concluir, que la vocación también es un tema que puede ser tratado como estrategia de comunicación, ya que esto influye en la dedicación que se le da al tratamiento de la información.

Recomendaciones

Debido a lo que se consideró en el apartado de Conclusiones **se recomienda** lo siguiente:

- Cada medio de comunicación debe iniciar por tener una misión y una visión clara para compartir con el público que desea se convierta, posteriormente, en su comunidad de redes sociales. Además de tener la misma personalidad en todas las versiones que se compartan sus noticias, ya sea en impreso, en un sitio web o en redes sociales.
- La información que se comparta debe crear en los lectores un sentido de pertenencia y fidelidad para con el medio. Llamar la atención del lector constantemente con información que realmente le interesa a la audiencia, sin saturar el espacio con una exagerada cantidad de publicaciones y, así, dejar de lado informaciones superficiales. El contenido de calidad es el que debe ser más importante.
- A pesar de la falta de recursos que sufren los medios de comunicación del estudio, podrían explotar más la gran variedad de herramientas gratuitas que ofrece Facebook. Las transmisiones en vivo pueden ser programadas para que los seguidores estén conscientes de que se harán, y que ese será un pequeño espacio para recibir temas de noticias que desean ver en el medio de comunicación, con el fin de conectarse con la comunidad.
- De igual forma, el uso de publicaciones programadas para tener una actividad constante en redes sociales, es una buena estrategia de comunicación. Programar desde el día anterior al menos tres noticias en diferentes horarios a lo largo del día ayudan a mantener la página de Facebook con contenido fresco. Probar distintas horas para determinar en cuales existe una mayor interacción con el público.
- El contenido informativo, independientemente de la profundidad o inmediatez, debe ser procesado para luego poder transmitírselo al público. No se recomienda publicar los comunicados de prensa tal cual llegan.
- Se recomienda utilizar títulos cortos y atractivos que llamen la atención del lector. *Heredia Hoy* utiliza mayúsculas para diferenciar el título; sin embargo, ambos medios

utilizan títulos muy largos. Además se recomienda complementar la información con una o dos fuentes y así añadir credibilidad a la información.

- También se recomienda el uso de preguntas al final de algunas publicaciones que tengan a fin un tema social/comunal, para crear más reacciones y comentarios. Esto genera una cercanía con el lector y promueve el sentido de pertenencia.
- Utilizar *hashtags* para abarcar temas grandes que requieran una serie de publicaciones funciona como una estrategia de comunicación y ayuda a las personas a encontrar las publicaciones en un mismo espacio con el numeral (#) y una palabra o dos, referentes a un tema.
- La calidad de las fotos también se debe mejorar. Respecto a las que se publican en el impreso, se recomienda que sean fotos propias y de buena calidad para que se vean claras en el papel. Por otra parte, las del sitio web deben tener un tamaño mediano/grande para que se vean con claridad y siempre con sus respectivas notas al pie; de igual forma en redes sociales. Se debe recordar que no se suben fotos sin explicarlas.
- Se recomienda a los estudiantes buscar cursos que puedan complementar sus conocimientos. Existen muchos programas digitales que ayudan a conocer más a fondo el manejo de redes sociales y como lograr un impacto positivo en ellas. La labor no debe depender únicamente del profesor, el estudiante puede aportar nuevos retos a la clase y así descubrir nuevas perspectivas y experiencias.
- Lo anterior, también es recomendable para ambos directores de los medios de comunicación. El crecimiento personal y la dedicación que se le otorga a un medio de comunicación comunitario debe ser primordial para no desviarse del camino y poder lograr las metas propuestas con la calidad de contenido que se desea.

Finalmente, el mundo mediático está en constante cambio, es imposible predecir los gustos que puede tener una población por una aplicación en específico. Ciertamente Facebook se ha mantenido en un buen nivel respecto a otras aplicaciones que han desaparecido en cuestión de meses o un año; sin embargo, se debe estar consiente que vendrán más aplicaciones con nuevos retos.

Referencias

- Abatedaga, N. (2008). Comunicación epistemologías y metodologías para planificar por consensos. I Edición. Argentina.
- Arceo, A. (2012). El portavoz en la comunicación de las organizaciones. Editorial: Universidad de Alicante. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books/about/El_portavoz_en_la_comunicaci%C3%B3n_de_las_o.html?id=Ep9P5lNOOTAC&redir_esc=y
- Barrantes, R. (2002). Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cuantitativo y Cualitativo. Editorial: Universidad Estatal a Distancia.
- Borrego, F. (2015). ¿Puede existir un verdadero periodismo alternativo en redes sociales? Estructuras virales de poder y estrategias de información a través de perfiles falsos. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/51478/Pages%20from%20978-84-945243-2-51-11.pdf?Sequence=1&isallowed=y>
- Casini, J. (2008). Periodismo 3.0: el ciudadano como periodista. Revista Oficios Terrestres, (21), 110-123. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45563>
- Clarenc, C. (2011). Nociones de cibercultura y periodismo. [Versión PDF]. Recuperado de: <http://www.humanodigital.com.ar/Publicaciones/Nociones-de-Cibercultura-y-Periodismo.pdf>
- Campillo, S. (2014). 45 años de ARPANET, el origen de Internet. Recuperado de: <https://hipertextual.com/2014/11/arpanet-45-anos>
- Cortés, M, Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre la Metodología de la Investigación. [Versión PDF] Recuperado de: http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Darío, R. (2005) Seis reflexiones sobre periodismo impreso y periodismo digital.

Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art606.htm#2>

Díaz, J. (2016). La independencia del periodismo alternativo en Internet. Recuperado de: http://cv.uoc.edu/webapps/dspace_rei/bitstream/10609/45481/6/jdiazserTFG0116memoria.pdf

Domínguez, E. 2012. Medios de comunicación masiva. Editorial: Red Tercer Milenio. [Versión PDF] Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Echevarría, F. (2010). Redes sociales académicas... el boom de la Web 2.0 académica. Recuperado de: <http://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2010/11/18/redes-sociales-academicas/>

Flores, B. (2017). Análisis de la versión digital del periódico La República como herramienta periodística durante el II cuatrimestre del 2017. (Tesis Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

García, N. (2013). Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, España.

González, A. (2016). Consultor SEO: Posicionamiento Web en Google y Limpieza de Reputación. Blog. Recuperado de: <http://antoniogonzalezm.es/cada-dia-se-crean-60-000-nuevas-webs-y-se-suben-2-millones-de-videos-5-de-imagenes-y-16-de-blogs/>

González, S y Ramos, F. (2014). Las redes sociales en el ámbito periodístico: ¿cómo usan los medios europeos de referencia sus perfiles en Twitter y Facebook? Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades, 10. Recuperado de: http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/10_estudio_gonzaleyrmos.pdf

Gutiérrez, H. (2015). Las redes sociales: ¿aliados o villanos del periodismo? Recuperado de: http://www.primera plana.or.cr/es/Comunicacion_al_d%C3%ADa/Redes_sociales_aliados_o_villanos/

- Herrero, E. (2013). Periodistas y redes sociales en España. (Tesis Doctoral). Universidad Carlos III de Madrid, España.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Metodología de la Investigación (6° Edición). Editorial McGraw-Hill.
- Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. [Versión PDF] Recuperado de: <https://ecaths1.s3.amazonaws.com/tc1unt/886765714.noticiabilidad.pdf>
- Martínez, F. (2013). Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. (Tesis Doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Meléndez, s. (2016). Periodismo alternativo y comunitario: una revisión conceptual (Versión PDF). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/311537268_Periodismo_alternativo_y_comunitario_una_revision_conceptual
- Miralles, A. (2009). Periodismo público en la gestión del riesgo. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/sites/default/files/Periodismo%20publico%20en%20la%20gestion%20del%20riesgo.pdf>
- Morán, G, Alvarado, D. (2010). Métodos de Investigación. Editorial: Pearson Educación. [Versión PDF] Recuperado de: <https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>
- Peréz, P. (2016). El periodismo en la era digital. La frecuencia de actualización y la inmediatez son armas muy potentes y hay que tratarlas con precaución. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html
- Puchades, R. (2012). Medios de comunicación y redes sociales: ¿enemigos o aliados? De: <https://www.youtube.com/watch?v=7jWKxsZtzi8>
- Ramírez, C. (2013). Manejo Idóneo de Perfiles de Facebook, casos: La República y El Financiero. (Tesis Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Ramírez, J. (2015). Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (el periódico y

Prensa libre. (Tesis Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Regalado, O. (2015). ¿Cuántas veces al día publicar en Redes Sociales de tu marca? Recuperado de <http://octavioregalado.com/cuantas-veces-al-dia-publicar-en-las-redes-sociales-facebook-twitter-instagram-linkedin/>

Ríos, C. (2017). Redes sociales: el mejor aliado y el mayor enemigo del periodismo. Recuperado de: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/redes-sociales-mejor-aliado-mayor-enemigo-del-periodismo/>

Said, E. (2010). Tic's, comunicación y periodismo digital. Tomo II Escenarios de enseñanza y ciberperiodismo. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books/about/Tic_%CC%81s_comunicaci%C3%B3n_y_periodismo_digit.html?id=Ghry5w2Se6AC&redir_esc=y

Sobral, G. (2015). "Redes sociales más allá de la comunicación", por Gonzalo Sobral. De: <https://www.youtube.com/watch?v=xn3VBOg8TjY>

Solano, P. (2014). Uso de redes sociales en “Pelando el Ojo”, ¿necesidad o innovación? (Tesis Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Ureña, L. (2014). Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía. Revista Rupturas 4(1), 2-23. DOI: <http://dx.doi.org/10.22458/rr.v4i1.322>

Valverde, A. (2011). El Facebook como herramienta de comunicación en el programa deportivo zona técnica, de canal 7 (6 al 20 de marzo de 2011). (Tesis Licenciatura). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Wolton, D. (2007). Pensar la comunicación: Punto de vista para periodistas y políticos. Argentina: Editorial Prometeo Libros.

Yilin, D. 2014. La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital. Recuperado de:

https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240247/trabajo_final_del_master_de_DUAN_YILIN_.pdf

Apéndices

Apéndice A – Publicaciones de *El Florense* edición 215

Título	Autor	Sección
Lo malo de las “argollas” es no estar dentro de ellas? (sic)	Alberto Salazar, Gerente General del Florense (sic)	Editorial
Dirección de Educación Vial en Heredia sobrepasa las expectativas	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
INA inicia programa piloto de inspección de calidad de estructuras metálicas	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
Alcalde de Heredia José Manuel Ulate afirma su compromiso para con la estación de trenes	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
Banco Popular entrega 3 mil paquetes escolares en zonas afectadas por tormenta tropical Nate	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
Hospital San Vicente de Paúl recibe donación de equipo médico especializado	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
8 centros educativos recibirán libros de texto y paquetes escolares	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
ICE completa 11,6 kilómetros de diques y canalizaciones de Bagaces	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
150 personas de graduán de Alfabetización Digital	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
Cuando admiras a un amigo	Mercedes Hernández Méndez	Actualidad
Mercedes Norte estrena Centro de envejecimiento activo	Redacción <i>El Florense</i>	Actualidad
Los barracos	Jorge L. Cordero Rojas, Lic. En teología	Actualidad
Celebración de la Semana Nacional del Cooperativismo	Marta Campos	Actualidad

Nota: Elaboración propia.

Apéndice B – Grupo de noticias seleccionadas del periódico *El Florense*.

Noticia 1.

6 Abril-Mayo 2018 EL FLORENSE Actualidad

INA inicia programa piloto de inspección de calidad de estructuras metálicas

Redacción El Florense
elflorense@gmail.com

Permitir a las personas egresadas ser más empleables y optar por nuevos puestos de trabajo en los sectores productivos de metal mecánica, es el objetivo con el que el INA diseñó el programa de capacitación: "Inspección de calidad de estructuras metálicas".

La demanda de este nuevo programa surge de acuerdo con los últimos estudios de CINDE, donde aseguran que es de las ocupaciones más solicitadas por el sector de metal mecánica, por lo que durante el proceso del diseño del programa, el INA trabajó en estrecha coordinación con este sector productivo.

Resultado de ese trabajo entre las empresas y el Núcleo Metal Mecánica del INA, inició este 18 de abril, la ejecución del "Primer programa piloto de inspección de calidad de estructuras metálicas", en la empresa Grupo Yeril, dedicada al desarrollo de infraestructura metálica en el área comercial, hotelera, hospitalaria, institucional y residencial, con más de 30 años de experiencia y con un personal superior a las 400 personas. Este primer programa piloto se estará ejecutando directamente en las instalaciones de Grupo Yeril.

"Nosotros hemos tratado de invertir en la compañía para que justamente se convierta en un modelo nacional, y que el INA como institución pública y con tanta demanda, trabaje para crear o diseñar un programa pensado en nuestras necesidades representa un privilegio, el cual vamos a aprovechar, cuidar y también retribuir, porque sabemos que tenemos que dar mucho al país y al INA", expresó Ricardo Arauz, Gerente de Grupo Yeril.

Desarrollar en las personas que se egresan la competencia de inspeccionar estructuras metálicas de acuerdo con especificaciones técnicas requeridas, con autonomía y responsabilidad sobre los procesos técnicos, gestionando ocasionalmente recursos, planteando soluciones viables y relacionándose asertivamente, será el reto de este nuevo programa de capacitación que presenta el INA.

Jorge Quirós, Jefe del Núcleo Metal Mecánica, aseguró que el Instituto Nacional de Aprendizaje continuará en su misión de ir a la vanguardia para responder a las necesidades de los sectores productivos, con el fin de aumentar su competitividad y demanda del mercado.



El INA diseñó el programa de capacitación: "Inspección de calidad de estructuras metálicas".

Noticia 2.

Alcalde de Heredia José Manuel Ulate reafirma su compromiso para con la estación de trenes

Redacción El Florense
elflorense@gmail.com

A pesar de que hace 17 meses la Sala Constitucional ordenó realizar una serie de mejoras en la Estación de Trenes de la ciudad heredia, esto no se ha dado por diferentes razones, ante las quejas de los usuarios El Florense abordó al alcalde José Manuel Ulate en el acto de colocación de la primera piedra de lo que serán las instalaciones de una nueva sede del Instituto Nacional de Aprendizaje INA.

El Alcalde Ulate afirma que el presupuesto, el diseño y los planos de esta nueva Estación de tren ya están disponibles, pero el inconveniente fue que una empresa que participó en la licitación apeló el cartel. "La Contraloría General de la República les dio con lugar la apelación, ahora se está analizando si procede unas cartas que pidió la respectiva empresa, y si procede se le dará el proyecto a esta empresa, si no procede se mantendrá con la empresa que se tenía planeada para el desarrollo del proyecto original" Manifestó Ulate Avendaño.



El Alcalde Ulate afirma que el presupuesto, el diseño y los planos de la nueva Estación de tren ya están disponibles

Noticia 3.

Hospital San Vicente de Paúl recibe donación de equipo médico especializado.

Redacción El Florense
elflorense@gmail.com

El Hospital de Heredia, San Vicente de Paúl recibió 1 sistema de visualización de imágenes médicas de pared, 5 sillones de aplicación de medicamentos, 1 camilla de transporte, 1 monitor para presión no invasiva de transporte, 1 carro de medicamentos, 4 sillas de ruedas, 1 monitor de signos vitales y 3 camas de cuidados

especiales.

Ese equipo médico especializado que tuvo un costo de \$30.959.000, llega a fortalecer el servicio de Hospital de Día y el Servicio de Emergencias de ese centro de salud.

Este hospital tiene una población adscrita de 463.215 personas (aproximadamente).

El Hospital de día es una alternativa a la hospitalización convencional. Favorece la continuidad asistencial y promueve una atención coordinada, ágil y ambulatoria sin los inconvenientes del ingreso ni la prolongación de la estancia hospitalaria.

Al dotar al Hospital de Día de los equipos médicos necesarios mínimos

para su funcionamiento se asegura el cumplimiento de los objetivos de la unidad que son reducir la necesidad de internamiento y estancias hospitalarias, disminuir complicaciones relacionadas a la hospitalización tradicional; brindar una atención personalizada por parte del personal con la resolución de las consultas.

El servicio de emergencias adopta medidas adecuadas que garanticen a las personas adultas mayores un trato diferenciado y preferencial en todos los ámbitos, mayor comodidad y brindando seguridad a la población mayor de 80 años, velando por la preservación del buen trato.

Algunos de los equipos donados reemplazan a los actuales que se califican como obsoletos en su tecnología y en mal estado. Otros serán para reforzar algunas áreas que no cuentan con ellos.

La Asociación pro Hospital San Vicente de Paúl se constituyó el 5 de setiembre de 1982 ante la necesidad de que el Hospital San Vicente de Paúl restituyera el servicio de maternidad que se paralizó en ese año; así como mejorar en general la calidad de sus servicios. En los estatutos se anota como objetivo: "...la reconstrucción del Hospital San Vicente de Paúl, velar por la salud de la comunidad herediana y por el buen funcionamiento del hospital dicho".



Los equipos donados reemplazan a los actuales que se califican como obsoletos en su tecnología y en mal estado.

Noticia 4.

ICE completa 11,6 kilómetros de diques y canalizaciones en Bagaces

Redacción El Florense
elflorense@gmail.com

El Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) completó la intervención de 11,6 kilómetros de ríos que atraviesan el cantón de Bagaces, en los que construyó diques, realizó canalizaciones y limpió los cauces, con

el objetivo de resguardar a las comunidades afectadas por el paso del huracán Otto.

Los trabajos -iniciados en julio de 2017- se llevaron a cabo en los ríos Cuipilapa, Blanco, Naranjo, Chiquito, Quebrada Perú y Quebrada Sin Nombre. Ahora, centros de población y fincas agrícolas y ganaderas cuentan con una protección sustan-

cial ante eventuales crecidas en estos cauces.

"La tarea se realizó en seis meses. Retiramos rocas y troncos arrastrados durante el huracán, además de reparar los taludes que fueron erosionados y que han puesto en peligro de deslizamiento a varias casas. Los materiales para el acorazado se obtuvieron principalmente de los mismos ríos", explicó Edwin Garita, geólogo encargado de las obras.

Las cuadrillas del ICE asignadas en Bagaces enfrentaron vientos fuertes y lluvias intensas, además de averías en las excavadoras por la complejidad de las áreas intervenidas.

Garita agregó que la conformación y la ubicación de los taludes proporcionan mayor seguridad a la infraestructura vial cercana, como los puentes. Conjuntamente, la remoción de materiales reduce la posibilidad de atascos en los cauces aguas abajo, que eventualmente provocarían desbordamientos en los ríos.

Además de los diques y las canali-

zaciones, las obras de reconstrucción asignadas al ICE en los cantones afectados por el huracán Otto incluyen la edificación de puentes y la mejora de caminos.

"Durante el huracán esta zona fue afectada por una avalancha y la topografía cambió mucho. Todos teníamos miedo de otra crecida, porque las casas quedaban muy cerca del río. Gracias a los trabajos de dragado y de protección con las piedras, tenemos mayor seguridad y tranquilidad".

Flory Ramírez, vecina de Río Chiquito.

"Con estos diques sentimos que el río va a estar controlado. Las propiedades retoman valor y podemos seguir con planes de construcción, agricultura y vida normal, porque el río deja de ser una preocupación. Cuando nos dijeron que el ICE haría los trabajos, sabíamos que los recursos se iban a usar bien y con mucha calidad".



El Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) completó la intervención de 11,6 kilómetros de ríos

Noticia 5.

Mercedes Norte estrena Centro de envejecimiento activo

*Redacción El Florense
elflorense@gmail.com*

La Municipalidad de Heredia inauguró el primer Centro de Envejecimiento Activo del país, ubicado en el distrito de Mercedes, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas adultas mayores a través de su desarrollo físico y mental. Este proyecto representa una inversión de €150 millones de dólares e integra un concepto novedoso con instalaciones modernas que superan los 350 metros cuadrados de construcción, donde se ubican salas de estimulación, arte, cocina, informática, salón multiuso y enfermería.

El Gobierno Local es consciente del proceso acelerado de envejecimiento en el que nos encontramos todas las personas, por esta razón, es que a través de la Oficina de Igualdad, Equidad y Género toma acciones para promover espacios saludables, seguros y participativos para toda la población que envejece.

"Tenemos un compromiso real con todas las personas adultas mayores del Cantón motivo por el cual desarrollamos este tipo de proyectos para la promoción y defensa de sus derechos", aseguró José Manuel Ulate, Alcalde Municipal.

Nuestro Cantón cuenta con más de 7 mil personas adultas mayores, lo que justifica la creación de un centro bajo esta modalidad, con un formato innovador que contribuirá a que las personas cambien su perspectiva sobre el proceso de envejecimiento, la etapa de la vejez y la importancia de la relación fundamental que debe existir con sus familiares.

"El centro de Envejecimiento Activo es un espacio liderado y auto-

gestionado por personas mayores, en donde se promueven actividades recreativas físicas, participación ciudadana, organización grupal, capacitaciones, espacios de encuentros generacional e inter generacional en horarios diurnos. No es un hogar de ancianos, la intención es que siempre se mantenga el vínculo familiar", comentó Kenneth Arguedas, Sociólogo del Departamento Igualdad, Equidad y Género.

Este Centro será administrado por la Asociación de Desarrollo Específica creada para la construcción, mantenimiento y administración de este inmueble en alianza con diferentes instituciones y la sociedad civil.

El Centro de Envejecimiento Activo, estará ubicado en el residencial Real España en Mercedes Norte en Heredia, del Colegio Santa Inés 100 metros este, 400 norte y 200 oeste.



Imagen con fines ilustrativos

Suministros Senderos S.A.

SU TIENDA DE LIBRERÍA Y OFICINA

- Fotocopias a colores y negro
- Tarjetas de presentación
- Invitaciones para bodas, baby shower etc
- Personalización de tazas y jarras cerveteras
- Impresiones a color y negro

2265-6168 | senderoscr@hotmail.com | 25mts norte del BN en San Joaquín

Nota: Elaboración propia

Apéndice C – Notas del sitio web elflorense.com durante el mes de mayo.

Título	Fecha
Feria de empleo: ofrecerán cerca de 200 vacantes	2 mayo, 2018
Lo malo de las “argollas” es no estar dentro de ellas?	3 mayo, 2018
Escolares de Birrí de Heredia estrenan huerta hidropónica	7 mayo, 2018
Hyundai IONIQ es el auto eléctrico que moverá al ICE	9 mayo, 2018
Eliminan concesión a dueños de las busetas Heredianas	14 mayo, 2018
Voluntarios de Cargil Costa Rica restauran parque ambiental en La Asunción de Belén	21 mayo, 2018
Banco Popular brinda financiamiento para proyectos productivos de Asociaciones de Desarrollo Comunal	28 mayo, 2018
Atención: si usted viaja al Mundial de Fútbol Rusia 2018	29 mayo, 2018
ICE Participación en mercado eléctrico de la región ha generado beneficios al país por \$410 millones	29 mayo, 2018
Juan León Blanco: “Solo queremos abogados de primera”	29 mayo, 2018
Presidenta del INAMU Patricia Mora presentó la medición estadística de la violencia de género en Costa Rica	31 mayo, 2018

Nota: elaboración propia.

Apéndice D – Publicaciones de la página *El Florense* en Facebook durante el mes de mayo.

Fecha	Tema	Ligado al sitio web
1 mayo, 2018	Política	
2 mayo, 2018	Empleos	
3 mayo, 2018	Personajes de la comunidad	
	Opinión	X
7 mayo, 2018	Resultados del examen del colegio de abogados	
9 mayo, 2018	Hyundai IONIQ moverá al ICE	X
11 mayo, 2018	Entrevista con el presidente del colegio de abogados (Transmisión en vivo)	
14 mayo, 2018	Denuncia	X
17 mayo, 2018	Logro personal del director Alberto Salazar	
18 mayo, 2018	Feria empresarial	X
	Feria empresarial	X
21 mayo, 2018	Voluntariado Cargil	X
22 mayo, 2018	Entrevista con el Ministro de Trabajo y Seguridad Social (Transmisión en vivo)	
23 mayo, 2018	Denuncia personal del director del medio (vídeo youtube)	
28 mayo, 2018	Banco Popular brinda financiamiento para proyectos productivos de Asociaciones de Desarrollo Comunal	X
29 mayo, 2018	Salud	X
	Beneficios que genera ICE al país	X
	Colegio de Periodistas	X
31 mayo, 2018	Presidenta del INAMU	X

Nota: elaboración propia.

Apéndice E – Grupo de publicaciones seleccionadas de *El Florense* en Facebook.

Facebook 1.



Facebook 2.



Facebook 3.



Facebook 4.



Facebook 5.



Nota: elaboración propia.

Apéndice F – Publicaciones de *Heredia Hoy* edición 38.

Título	Autor	Sección
Parroquia imaculada gana bandera azul ecológica	Betania Artavia	No presenta una sección
“Soy Orgullosamente el Hijo de Un Vendedor de Lorería”	Betania Artavia	No presenta una sección
Dorada Graduación de Academia Líder	Betania Artavia	No presenta una sección
“Cajitas de Amor” Para Ayudar a Quienes No Tienen	Betania Artavia	No presenta una sección
Club Rotario Ayuda a Mejorar Sistema de Riego En Sana Bárbara	Betania Artavia	No presenta una sección
CNFL Limpiará Residuos del Río Virilla	Betania Artavia	No presenta una sección
Racionamiento de Agua en Heredia	Betania Artavia	No presenta una sección
AYA Firma Préstamo para 14 Proyectos con el BCIE	Betania Artavia	No presenta una sección
Mujeres Emprendedoras Exponen en el Paseo de las Flores	Betania Artavia	No presenta una sección
Solo Una Empresa de Buses Ha Pedido Usar La Nueva Salida de Heredia	Betania Artavia	No presenta una sección
En Clínica de San Rafael Se Estrena Equipo Solar	Betania Artavia	No presenta una sección
Escolares de Birrí de Heredia Estrenan Huerta Hidropónica	Betania Artavia	No presenta una sección
Barva Tiene el Mejor Servicio de Salud del País	Betania Artavia	No presenta una sección
Telecable estrena casa en la Sabana	Betania Artavia	Empresas
Conociendo Nuestros Derechos y Deberes	Ricardo Arias Camacho, experto en Derecho Municipal	Derecho
Barveños Trabajan por Tener Colegio Técnico	Betania Artavia	Panorama Herediano
UNA Apoyará Temas Sociales de San Pablo	Betania Artavia	Panorama Herediano
Belén Mejora las Vías Cantonales	Betania Artavia	Panorama Herediano
San Isidro Celebró a lo Grande	Betania Artavia	Panorama Herediano
El Banco Popular y las Calificadoras Internacionales	Fernando Rojas, Director de Investigación y Desarrollo de	Opinión

	Mercados	
Algunas Consideraciones para Pertenecer a una Asociación Solidarista	Lic. Efraín Mejía Vindas, Vice presidente Academia Solidarista Alberto Martén Chavarría	Opinión
Sarapiquí Festejó el Deporte con 100 Niños	Betania Artavia	No presenta una sección
San Rafael celebró juegos deportivos cantonales	Betania Artavia	No presenta una sección

Nota: elaboración propia.

Noticia 2.

Noticia 3.

8

Mayo de 2018

su periódico de buenas noticias

HEREDIA HOY

El año anterior recolectaron 600 toneladas

CNFL LIMPIARÁ RESIDUOS DEL RÍO VIRILLA

Con el fin de darle el mayor provecho al recurso hídrico y optimizar la generación de electricidad, durante esta época lluviosa la Compañía Nacional de Fuerza y Luz (CNFL) se prepara para la recolección y disposición final de residuos arrastrados por el río Virilla. Solo en el 2017, la CNFL retiró más de 600 toneladas de residuos ordinarios de dicha cuenca, evitando daños significativos en los equipos de generación, así como inundaciones que pudieran sacar de operación alguna de sus centrales hidroeléctricas.

“En época lluviosa la Compañía está alerta, pues las crecidas pueden transportar más residuos de lo habitual y con ello generar algún daño a los procesos de producción”, comentó José Pablo Cob, jefe de la Unidad de Sostenibilidad de la CNFL.

Cob enfatizó que en las represas de la CNFL se mantienen monitores constantes de los ríos, ya que con las crecidas “pueden darse eventos que desencadenen emergencias por inundación”.

Entre otros factores, retirar a tiempo desechos —como plásticos y chatarra— de las represas de Brasil, Boleo, Electra y Ventanas, facilitará producir cerca de 166.000 MWh entre mayo a diciembre de este año, ya que las tuberías de presión de estas centrales de generación no se atascarán.

Este trabajo de recolección y disposición final de residuos es también una importante contribución medioambiental, pues toneladas de desechos son depositados en rellenos sanitarios autorizados por el Ministerio de Salud.

Solo en el 2017, la CNFL retiró más de 600 toneladas de residuos ordinarios de la cuenca del Río Virilla

Noticia 4.

RACIONAMIENTO DE AGUA EN HEREDIA

El descenso en las fuentes superficiales de agua provoca una importante disminución del caudal que abastecen varias zonas de San Rafael y San Isidro de Heredia.

Debido a esta situación la Empresa de Servicios Públicos de Heredia (ESPH) estableció horarios de racionamiento para poder garantizar el adecuado uso de las fuentes que abastecen las zonas afectadas, en los cuales ahora se incluyen Santa Elena y Breña Mora.

En estas zonas donde habrá racionamiento, tendrán dos horarios de apertura de tanque una en la mañana y otra en horas de la tarde-noche.

Entre las zonas donde se presentan racionamientos se encuentran Santa Cecilia, Chilillal, Concepción, Santa Elena y Breña Mora.

La medida se toma debido a la baja en las fuentes superficiales que abastece la zona, ya que las tomas de agua provienen de los ríos y son vulnerables a los cambios en las condiciones del tiempo.

En otras zonas de Heredia no hay afectación debido a que se abastecen de nacientes y de pozos, los cuales tienen una mayor estabilidad en el caudal del agua.

La medida ya se implementa y se extenderá por tiempo indefinido.

Sector	Horario con tanque abierto
Santa Cecilia	4:15 am a 8:15 am / 4:15 pm a 8:15 pm
Chilillal	4:30 am a 8:30 am / 4:30 pm a 8:30 pm
Concepción Norte	5:00 am a 9:00 am / 5:00 pm a 9:00 pm
Concepción Sur	5:15 am a 9:15 am / 5:15 pm a 9:15 pm
Santa Elena Norte	7:30 am a 3:30 pm
Santa Elena Sur	10:00 am a 6:00 pm / 10:00 pm a 6:00 pm
Breña Mora Norte	7:00 am a 3:00 pm
Santa Cecilia Norte	Repartirán agua cada dos días por las viviendas

Fuente: ESPH

Noticia 5.

10

Mayo de 2018

su periódico de buenas noticias

HEREDIA HOY

Ante el Consejo de Transporte Público

SOLO UNA EMPRESA DE BUSES HA PEDIDO USAR LA NUEVA SALIDA DE HEREDIA

Betania Artavia

reportera

La nueva salida de Heredia por Cartago, que conecta la capital con el Hospital San Vicente de Paul, ha sido una ruta muy usada por los conductores, quienes a diario la utilizan y evitan el congestionamiento.

Según pudo conocerse en una ruta para buses, sin embargo, hasta el momento en la empresa ha solicitado un cambio de recorrido para pasar por ella, se trata de la ruta para la ruta de Heredia, ya que evita dar la vuelta por La Matina.

Pero aún tampoco lo ha planteado para el servicio buses San José, así lo explicó Ana Álvarez, encargada de la Dirección Técnica del Consejo de Transporte Público.

"Se requiere una sola decisión, de la Empresa La 400, la cual está en una momento en el que se verifica las condiciones, particularmente en relación con la evaluación de la parada de intersección, la cual se ahora está en proceso y pronto se resolverá", comentó Ana.

"La ruta hacia Heredia-Barral o Lagacilla es un recorrido nuevo, no se trata de una reducción de tiempo y es importante para nosotros, se podría realizar en tanto la demanda y necesidad que exista del Hospital hacia Barral o Lagacilla, lo primero pero hay que analizar el área de influencia de la empresa".

Actualmente se requiere tener el servicio de intersección por parte o por Heredia pasando por Páez de Los Rios, Páez.

¿Podría una empresa solicitar dar el servicio hacia San José por esta nueva ruta?

En este caso lo importante es ver, primero, con las condiciones de la ruta, no se puede solicitar un



Ana Álvarez, encargada de la Dirección Técnica del Consejo de Transporte Público, explicó que ninguna empresa de buses está autorizada para utilizar la nueva salida de Heredia, pero analizar una solicitud de la empresa La 400.



La nueva salida de Heredia que comienza con Lagacilla desde el Hospital San Vicente de Paul se inauguró el 1 de abril y desde ese momento ha sido muy utilizada por vehículos particulares. Esta posibilidad de irse a trabajar pronto.

¿Cuál es el trámite para definir si se autoriza el uso de la nueva ruta para buses?

Hay que analizar en qué condiciones se está solicitando, y a la vez en forma para regular la seguridad de los usuarios.

El estudio se hace por geografía, área de influencia y demanda. Se mide el tiempo de viaje significativamente, pero que sea atractivo la valoración y no de la aplicación por que impacta al servicio al usuario y no afectaría las tarifas, se le da una posibilidad de una ruta más rápida para hacer más.

¿Existen tentativas de resolver si se autoriza?

Actualmente se está en un momento en el que se está evaluando, pero no se ha tomado una decisión definitiva, hasta que se confirme y empiece a funcionar. Normalmente dura entre 2 a 3 meses.

¿En casos especiales podrían utilizar esta ruta los buses, cuando se presentan accidentes, por ejemplo?

Ninguna empresa la puede utilizar hasta que haya autorización expresa, porque sería una modificación no autorizada de recorrido y alguna parte de su ruta abandonada.

¿Podría solicitar el cambio, hasta que analizar las opciones en que se da de elegir que la van a dar cada salida alterada por ahí, sin dejar el otro recorrido.

¿Podría solicitar un aumento en la tarifa?

Aún que analizar en la condición que se autoriza para que no se

Para mantener vacunas y medicamentos que requiere refrigeración

EN CLÍNICA DE SAN RAFAEL SE ESTRENA EQUIPO SOLAR

En vacunas y algunos medicamentos mantener la cadena de frío es clave, de ahí que la CESB adquirió un moderno equipo de refrigeración, diferente, con paneles solares, para utilizarlo en situaciones de emergencia o desconexión.

El equipo se instaló en la clínica de San Rafael para atender el caso de una unidad prevista por la EPS en dos paneles.

El nuevo equipo cuenta con tecnología que permite realizar monitoreo de temperatura desde cualquier punto del país.

En el caso de las vacunas, mantener a control de temperatura es vital, desde su producción hasta su aplicación, donde se producen en condiciones, desde su producción hasta su aplicación, se han tomado medidas para garantizar la calidad del producto, pero en caso de emergencia, puede dañarse, según el doctor Vilches.

Este equipo cuenta con alta tecnología de fabricación y funcionamiento, por lo que cumple con las normativas exigidas por la Organización Mundial de la Salud en relación con la conservación de las propiedades de las vacunas, según el doctor Vilches.

El Área de Salud San Rafael brinda servicios en medicina general, ginecología, obstetricia, laboratorio clínico, farmacia, radiología, ultrasonido y electrocardiografía y electroencefalografía.



En la Clínica de San Rafael de Heredia se instaló el moderno equipo que permite mantener la cadena de frío para las vacunas y otros medicamentos, adquiridos con recursos propios.

Para mantener vacunas y medicamentos que requiere refrigeración

EN CLÍNICA DE SAN RAFAEL SE ESTRENA EQUIPO SOLAR

En vacunas y algunos medicamentos mantener la cadena de frío es clave, de ahí que la CESB adquirió un moderno equipo de refrigeración, diferente, con paneles solares, para utilizarlo en situaciones de emergencia o desconexión.

El equipo se instaló en la clínica de San Rafael para atender el caso de una unidad prevista por la EPS en dos paneles.

El nuevo equipo cuenta con tecnología que permite realizar monitoreo de temperatura desde cualquier punto del país.

En el caso de las vacunas, mantener a control de temperatura es vital, desde su producción hasta su aplicación, donde se producen en condiciones, desde su producción hasta su aplicación, se han tomado medidas para garantizar la calidad del producto, pero en caso de emergencia, puede dañarse, según el doctor Vilches.

Este equipo cuenta con alta tecnología de fabricación y funcionamiento, por lo que cumple con las normativas exigidas por la Organización Mundial de la Salud en relación con la conservación de las propiedades de las vacunas, según el doctor Vilches.

El Área de Salud San Rafael brinda servicios en medicina general, ginecología, obstetricia, laboratorio clínico, farmacia, radiología, ultrasonido y electrocardiografía y electroencefalografía.

Apéndice H–Publicaciones de la página *Heredia Hoy* en Facebook durante el mes de mayo.

	Fecha	Título	Enlazadas en alguna página
1.	1 mayo, 2018	Asamblea Legislativa Elige A Mujer Como Su Presidenta	
2.		Electa Vice Presidenta Del Congreso	
3.		Liberacionista Electo Primer Secretario Del Congreso	
4.		Restauración Sí Participó En Directorio Legislativo	
5.		Diputada Del PLN Asume Prosecretaria	
6.		Socialcristiana A La Segunda Prosecretaria	
7.		Feria De Empleo	
8.	3 mayo, 2018	Campaña Del Pañal	
9.		Adulto Mayor Desaparecido	
10.		Momentos En Que Detienen A Sospechoso De Violaciones	
11.		Detienen Coyote Con 8 Nicaraguenses	
12.		Oportunidades Laborales	
13.	4 mayo, 2018	Recuerden Hoy Feria De Empleo En Heredia	
14.	6 mayo, 2018	Alcantarillas No Dan A Basto En Las Inmediaciones Del Parque De Los Ángeles (Sic)	
15.	7 mayo, 2018	Festival Juventud Diversa Belén 2018	
16.		Vuelvo Frente Real Cariari	
17.		Presentación De Los Trofeos Del Torneo Nacional De Fútbol (Vídeo)	
18.		Presentación De Los Trofeos Del Torneo Nacional De Fútbol (Vídeo)	
19.		Zumba Por Día De La Insuficiencia Cardíaca	
20.	8 mayo, 2018	¡Oremos Por Costa Rica!	
21.		En Bicicleta Llegó La Presidenta Del Congreso Hoy Para La Sesión Solemne	
22.		Acto De Traspaso De Poder (Vídeo Canal Trece)	X
23.		Detienen Miembro De La Mara M13	

		En Quepos	
24.		Concierto De Cierre Del Traspaso De Poderes (Vídeo Canal Trece)	X
25.		ESPH Heredia (Publicidad/Vídeo)	X
26.		Dos Jóvenes Desaparecidos	
27.		¿Quiere Ir A La Final De La Copa Mundial De Fútbol? (Publicidad Multiplaza/Visa)	X
28.	9 mayo, 2018	Vienen La Tapita Futbolera Y La Paletica (Publicidad Dos Pinos)	
29.		La Gente No Se Enferma Por Visitar Hopitales (CCSS)	
30.		Fechas De Matrícula II Cuatrimestre (UNED)	
31.		Viene La Expobienestar Animal	
32.		Colisión De Buses Deja 60 Heridos	
33.		Reporte De Heridos	
34.		Atención De Pasajeros Atrapados En El Accidente De Buses (Vídeo)	
35.	10 mayo, 2018	Ministerios De Obras Públicas Y Transportes (Vídeo)	X
36.		Comité De Deportes De Heredia Regala Camiseta Y Jacket Oficiales	
37.		Oportunidades Laborales (INVU)	X
38.		Universidad Nacional Festeja 45 Años	X
39.		Impresionante Vuelco En Las Inmediaciones Del Peaje A Escazú	
40.		Impresionante Vuelco En Las Inmediaciones Del Peaje A Escazú	
41.	11 mayo, 2018	Detienen A Dos Por Intento De Robo De Niño En Cartago	
42.		En Media Clínica Se Dio El Intento De Robo De Niño Y La Detención De Un Filipino	
43.		Policía Narra Cómo Se Dio El Intento De Sustracción De Un Niño (Vídeo)	
44.	12 mayo, 2018	Excelentes Resultados Del Mega Operativo Anoche En Todo El País	
45.		Invitación A Curso Para Cuidadores De Niños	
46.	13 mayo, 2018	Hoy Se Llevaron A Cabo Las Primeras Comuniones En Heredia (Vídeo Parroquial)	X
47.		Apoyo A Las Mujeres Que Sueñan Desde El Banco Nacional	
48.	14 mayo,	Ministro De Deportes Se Reúne Com	

	2018	Representantes De Comités Cantonales	
49.		Gestión De Cobro CNFL	X
50.		Policía Rescata A Mujer Y Sus Dos Hijos Que Era Agredida Por Sujeto Armado	
51.		TSE No Inscribirá Matrimonios Entre Personas Del Mismo Sexo	
52.		Cambiar El Nombre Será Más Sencillo En El TSE Para Quienes No Están A Gusto Con Su Género	
53.		Momentos En Que Se Anuncian Los Seleccionados Nacionales Al Mundial De Rusia 2018 (Vídeo/Federación Costarricense De Fútbol)	X
54.		Busetas Amarillas Pierden Concesión Por Maltrato A Adultos Mayores	
55.		La Asesinan A Tiros Y Luego Le Prenden Fuego	
56.		Mega Operativo En Heredia Deja 30 Detenidos	
57.	15 mayo, 2018	Ministro De Seguridad Llama A La Calma Y Asegura Que No Hay Una Banda Roba Niños (Transmisión En Vivo)	
58.		Técnico Herediano Habla De Cara Al Cierre De La Final (Club Sport Herediano)	X
59.		Ayuda Para Encontrar A Joven Desaparecida En Heredia	
60.		13 Detenidos En Operativo Matutino (Ministerio De Seguridad Pública)	X
61.		Autoridades Presumen Que Asesinato En León XII Se Dio Por Un Ajuste De Cuentas (Youtube)	X
62.	16 mayo, 2018	Alerta A La Población	
63.		Hoy Sí Desapareció Un Niño En Tibás (Crhoy.Com)	X
64.		Niño Desaparecido En Tibás Es Sobrino Nieto De Periodista De Canal 7	
65.		Ya Apareció El Menor Cerca De Un Río, Sano Y Salvo (Crhoy.Com)	X
66.	17 mayo,	Hoy En San Rafael Estrenan Equipo	

	2018	Solar Para Vacunas Y Medicamentos Que Requieren Refrigeración	
67.		Área De San Rafael De Heredia Mantienen Hoy Prestación De Servicios A Pesar De Corte De Fluido Eléctrico	
68.		Publicidad	
69.		Aparecen Dos Hombres Asesinados En Palmares (Youtube)	X
70.		Asesinan Joven En Corralillo De Cartago	
71.		Director Del OIJ Se Refiere Al Homicidio En Cartago (Youtube)	X
72.		Bn Mujer	
73.		El SKA Y El Rock Tomarán La Universidad Fidélitas	
74.		Banco Popular Extiende Sus Ofertas De La Expo De Venta De Propiedades	
75.	18 mayo, 2018	Los Primero Resultados Del Mega Operativo De Esta Noche (Carlos Alvarado Quesada/ Transmisión En Vivo)	X
76.		Feria Mujeres Empresarias De Heredia (Transmisión En Vivo)	
77.	19 mayo, 2018	Edición Digital De Su Periódico De Noticias Positivas (Issuu.Com)	X
78.		Ambiente En Las Afueras Del Rosabal Cordero (Transmisión En Vivo)	
79.	20 mayo, 2018	Accidente En Pirro, Precaución Al Conducir	
80.	21 mayo, 2018	Segundo Accidente De Bus En La Ruta 32 Este Lunes	
81.		Accidente De Bus En La 32 Deja Una Fallecida	
82.	22 mayo, 2018	Joven Desaparecida En Heredia	
83.		En Botellas De Talco De Bebé Llevaban Un Kilo De Ketamina	
84.		Accidente En La 32 Con Una Persona Prensada	
85.	23 mayo, 2018	Detienen Sujeto Con 65 Óculos De Cocaína En El Estómago	
86.		Disparan A Dos Personas En San Pedro	
87.		Muere Víctima De Balacera En Los Yoses	
88.	24 mayo,	Lactancia Materna Belén	

89.	2018	Parroquia Inmaculada Gana Bandera Azul Ecológica	
90.		Publicidad Cnfl	
91.		“Soy Orgullosamente El Hijo De Un Vendedor De Lotería”	
92.		Dorada Graduación De Academia Líder	
93.		Joyería Para El Mundial	
94.		“Cajitas De Amor” Para Ayudar A Quienes No Tienen	
95.		CNFL Limpiará Residuos Del Río Virilla	
96.		Publicidad Aya	
97.	25 mayo, 2018	Mujeres Emprendedoras Exponen En El Paseo De Las Flores	
98.		Solo Una Empresa De Buses Ha Pedido Usar La Nueva Salida De Heredia	
99.		Escolares De Birrí De Heredia Estrenan Huerta Hidropónica	
100.		Barva Tiene El Mejor Servicio De Salud Del País	
101.		Panorama Herediano	
102.		Opinión	
103.		Sobrevuelos Como Parte Del Mega Operativo De Esta Noche (Ministerio De Seguridad Pública)*	
104.		Sarapiquí Festejó El Deporte Con 100 Niños	
105.	28 mayo, 2018	Un Fallecido En Turrucare	
106.		Accidente En Grecia	
107.		Juramentados Atletas De Olimpiadas Especiales Que Participa En Torneo Centroamericano	
108.		Localizados Los Niños Reportados Perdidos En Carrizal De Alajuela	
109.		Cae Carro En El Bajo De Las Cloacas	
110.	29 mayo, 2018	Incendio Cerca Del Hospital Calderón Guardia	
111.		Le Gustaría Dar Su Tiempo	
112.		Heredia Celebró El Día De La Persona Con Discapacidad	
113.		Así Celebró Heredia El Día De Las Personas Con Discapacidad	
114.	30 mayo, 2018	Detienen A Tres Sujetos Por Robar Taller En Miraflores	

115.		Hoy Noche De Mega Operativo En El País (Ministerio De Seguridad Pública)*	
116.		Mega Operativo Se Mantendrá Hasta La Madrugada (Ministerio De Seguridad Pública/Vídeo)*	
117.		Concluye Nombramiento Del Gerente Del Popular Geovanni Garro	
118.		Publicidad	
119.	31 mayo,20 18	Vehículo Colisiona 4 Carros Y Termina Contra Vivienda En Guararí	
120.		Presidente De La República Supervisa Obras Viales En Santo Domingo (Carlos Alvarado/Transmisión En Vivo)*	
121.		Inician Campaña Para Concienciar Sobre Los Peligros Del Bullyng	

Nota: elaboración propia.

Apéndice - Grupo de publicaciones seleccionadas de *Heredia Hoy* en Facebook.

Facebook 1.



Facebook 2.

 **Periodico Heredia Hoy**
8 de mayo

EN BICICLETA LLEGÓ LA PRESIDENTA DEL CONGRESO HOY PARA LA SESIÓN SOLEMNE

Para hacer un llamado sobre la necesidad de dar mejores condiciones a los ciclistas y respaldar este medio de transporte la presidenta más joven del Congreso llegó a la sesión solemne en bicicleta.

El recorrido lo realizó desde el Teatro Nacional hasta su oficina en Cuesta de Moras, para luego presidir el acto más importante de un país democrático: el traspaso de poderes.



Me gusta Comentar Compartir

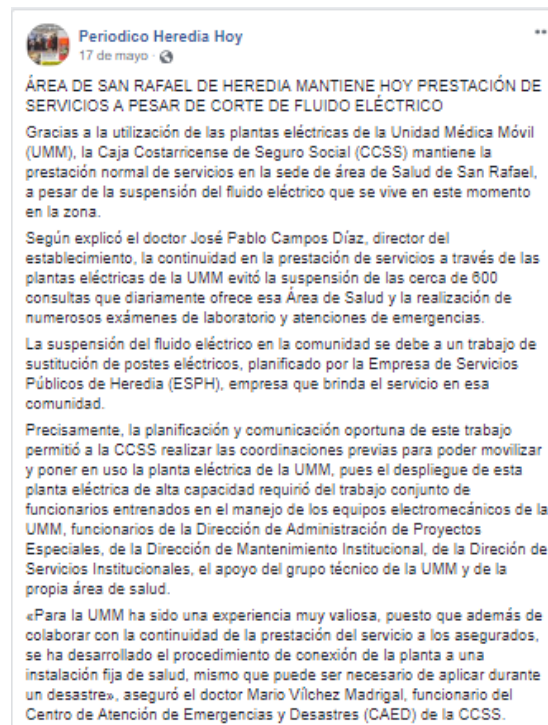
23 Más antiguos

Ver un comentario más

Facebook 3.



Facebook 4.



Facebook 5.

**Periodico Heredia Hoy**
23 de mayo · 🌐

DISPARAN A DOS PERSONAS EN SAN PEDRO
Dos personas fueron víctimas de un ataque a balazos hace pocos minutos, frente al Bar Río en San Pedro de Montes de Oca.
Dos sujetos en montocicleta se acercaron y dispararon a quema ropa a las dos víctimas. Por la forma del ataque, se presume un ajuste de cuentas.
Las autoridades tienen imágenes de los presuntos atacantes y mantiene un intenso operativo para capturarlos.
Las víctimas fueron trasladadas en condición muy delicada al Hospital Calderón Guardia, uno de ellos recibió al menos 6 impactos de bala.



 Me gusta  Comentar  Compartir 

   6

2 veces compartido

Nota: elaboración propia.

Apéndice J – Estilo de notas publicadas en Pictoline.com



Nota: Capturada tomada el 10 de julio de 2018.

